



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE

TEMA:

**CENTROS DE DISTRIBUCIÓN INTERNACIONAL DE PRODUCTOS
AGRÍCOLAS COMO MECANISMO PARA AMPLIAR EL COMERCIO
INTERNACIONAL ECUATORIANO**

AUTORAS:

**Molina Tapia Valeria Stephanie y
Pinto Proaño Gabriela Stefanie**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniera en
Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**

TUTOR:

**Ing. Santillán Pesantes, Jaime Antonio, Mgs.
Guayaquil, Ecuador**

15 de septiembre del 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

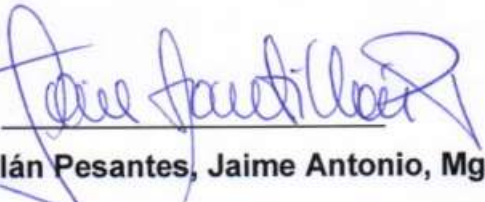
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Molina Tapia, Valeria Stephanie**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

TUTOR

f. 
Ing. Santillán Pesantes, Jaime Antonio, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____
Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.

Guayaquil, a los 15 del mes de septiembre del año 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

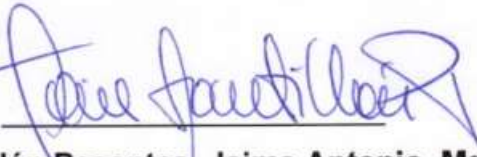
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Pinto Proaño, Gabriela Stefanie**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciada en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

TUTOR

f. 
Ing. Santillán Pesantes, Jaime Antonio, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____
Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.

Guayaquil, a los 15 del mes de septiembre del año 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Molina Tapia, Valeria Stephanie**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación: **Centros de distribución internacional de productos agrícolas como mecanismo para ampliar el comercio internacional ecuatoriano**, previo a la obtención del título de **Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 15 del mes de septiembre del año 2021

LA AUTORA

f. Valeria Molina Tapia

Molina Tapia, Valeria Stephanie



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Pinto Proaño, Gabriela Stefanie**

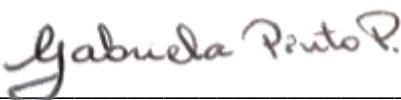
DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación: **Centros de distribución internacional de productos agrícolas como mecanismo para ampliar el comercio internacional ecuatoriano**, previo a la obtención del título de **Licenciada en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 15 del mes de septiembre del año 2021

LA AUTORA

f. 

Pinto Proaño, Gabriela Stefanie



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

**CARRERA COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Molina Tapia, Valeria Stephanie**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Centros de distribución internacional de productos agrícolas como mecanismo para ampliar el comercio internacional ecuatoriano**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 15 del mes de septiembre del año 2021

LA AUTORA:

f. Valeria Molina Tapia

Molina Tapia, Valeria Stephanie



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE

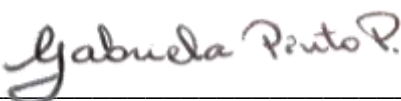
AUTORIZACIÓN

Yo, **Pinto Proaño Gabriela Stefanie**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Centros de distribución internacional de productos agrícolas como mecanismo para ampliar el comercio internacional ecuatoriano**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 15 del mes de septiembre del año 2021

LA AUTORA:

f. 

Pinto Proaño Gabriela Stefanie

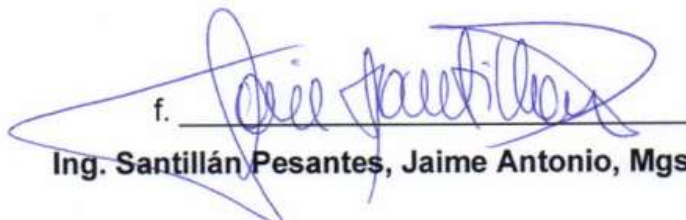
Certificación de Antiplagio

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **CENTROS DE DISTRIBUCION INTERNACIONAL DE PRODUCTOS AGRICOLAS COMO MECANISMOS PARA AMPLIAR EL COMERCIO INTERNACIONAL ECUATORIANO**, presentado por la/os estudiantes **Molina Tapia Valeria Stephanie; Pinto Proaño Gabriela Stefanie**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (0%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

Curiginal

Document Information

Analyzed document	Molina, Valeria_Pinto, Gabriela Urkund.docx (D112245905)
Submitted	9/8/2021 6:32:00 PM
Submitted by	
Submitter email	vsmt_94@hotmail.com
Similarity	0%
Analysis address	jaime.santillan.ucsg@analysis.orkund.com

f. 
Ing. Santillán Pesantes, Jaime Antonio, Mgs.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme guiado y acompañado en todos estos años de mi carrera, por no soltarme y darme las fuerzas de seguir adelante, por haber sido mi fortaleza cuando sentía que me quebraba y que no lo lograría.

A mis padres Rosa Tapia Andrade y Marlon Molina Buendía, quienes me dieron todo, quienes sin dudarlos me apoyaron en cada decisión, por el apoyo incondicional que me brindaron desde el primer día, quienes no dejaron de creer en mí, gracias por haber sido parte fundamental de todo este proceso y ahora sí puedo decir ¡LO LOGRAMOS!

Le doy gracias a toda mi familia que siempre estuvieron ahí, mis hermanas Nicole y Doménica, mis abuelas Sergia y Aida, a mi abuelo Marcos Molina, a mis tías/tíos Patricia, Katia, Mónica, Katherine, Priscilla e Iván, a mis primos/as y a mi ángel mi abuelo Guillermo Tapia, cada uno de ellos han puesto un grano de arena para yo poder estar donde estoy ahora, gracias infinitas por todo el apoyo que me han brindado. Todos son mi motor y mi ejemplo a seguir, los amo mucho.

A Joffre, mi mejor amigo y enamorado, por el apoyo que me ha brindado a lo largo de estos dos últimos años, gracias por la paciencia y el amor incondicional que me has brindado. Por confiar en mí y decirme que lo lograría, te amo.

A mis compañeros de clase, a mis amigos que confiaron en mí, no puedo nombrar a todos, pero gracias a todos los que formaron parte de mi vida en esta carrera y así mismo en GEI, me dejaron las mejores vivencias a lo largo de este camino.

Agradezco a Gaby, mi compañera y amiga que buscamos la manera de apoyarnos y salir juntas de todo este proceso de titulación y aquí estamos a un paso de lograrlo, gracias por la paciencia que me has tenido amiga. Te quiero.

Finalmente agradezco a todas las personas que formaron parte de esta investigación, cada comentario, cada palabra, cada consejo ha sido muy valioso para poder culminar este proyecto.

Valeria Stephanie Molina Tapia

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres por su apoyo incondicional en este largo camino ya que sin ellos esto no lo hubiera logrado, en especial a mi madre Angela por ser mi motivación y el pilar fundamental en toda esta etapa de mi vida.

Agradezco a mi mejor amigo y compañero de vida, Richie, por todo su apoyo incondicional en estos últimos años, por todas sus palabras de aliento, motivación y que siempre confió en mí.

Y por último pero no menos importante agradezco a mi compañera y amiga Valeria, este camino no ha sido nada fácil para ninguna de las dos pero aquí estamos ya a un paso de cumplir esta meta juntas.

Gabriela Stefanie Pinto Proaño

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación es dedicado especialmente a las personas que jamás dejaron de creer en mí y siempre me dieron fuerzas para seguir adelante, mi madre Rosa Tapia, mi pilar la que siempre estuvo para mí la que nunca dejo de creer en mi cuando ya no podía más, te amo madre sin ti no fuera lo que soy ahora, mi padre Marlon Molina que siempre me apoyo en mis decisiones, mis abuelas y abuelo, Aida Andrade, Sergia Buendía y Marco Tulio Molina que siempre cuidaron de mí, a mi mejor amigo y amor incondicional JJRC, y finalmente a mi ángel, mi abuelo José Guillermo Tapia Guerrero, quien antes de partir me dijo “te falta poco por graduarte” y aquí estoy dedicándote este trabajo, tu amor no tenía límites, fuiste un ejemplo para todos, hombre trabajador y luchador, dedicado a su familia, gracias por siempre creer en mi papi, este logro es más que nada para ti, que aunque no estés presente, siempre estas acompañándome en cada paso que doy. Te amo abuelo, gracias por ser un padre para mí.

Valeria Stephanie Molina Tapia

Dedico esté presente trabajo a mi familia, en especial a mis padres, Mario y Angela por su infinito amor y esfuerzo, es un honor compartir este logro con ustedes.

Gabriela Stefanie Pinto Proaño



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA COMERCIO Y FINANZAS INTERACIONALES

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____
Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

f. _____
Ing. Echeverria Bucheli Mónica Patricia, Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____
Lcdo. Layana Ruiz Javier Francisco, Mgs.
OPONENTE

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	XVII
ABSTRACT	XVIII
INTRODUCCIÓN	2
Capítulo I: Generalidades de la investigación	4
Antecedentes	4
Justificación.....	5
Planteamiento del Problema	6
Formulación del Problema	7
Preguntas de Investigación	7
Objetivos	8
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos	8
Delimitación del Tema.....	8
Limitaciones del Trabajo	9
Capítulo II: Marco Teórico.....	10
Marco teórico	10
Marco Conceptual	17
Marco Metodológico	21
Población, muestra y muestreo.....	23
Técnica e instrumentos de recopilación de información.....	23
Herramientas y procedimientos para procesar información recopilada....	24
Capítulo III: Resultados.....	25
Situación del comercio bilateral entre Países Bajos y Ecuador.....	25
Exportaciones agrícolas de ecuador con el resto del mundo.....	25
Importaciones de Países Bajos desde Ecuador.	27
Análisis del sector Exportador y los centros de distribución.	29
Capítulo IV: propuesta	33
Programa estratégico de comercio internacional entre Ecuador y Holanda:	
Caso ANECAFE S.A.....	33

Definición del problema	33
Objetivos de la propuesta.....	34
Análisis situacional PESTAL	34
Costos y beneficios directos	40
Externalidades positivas	42
Consecuencias de la aplicación de las estrategias	43
Misión de la propuesta	45
Plan estratégico.....	45
Los productores	45
Diseño del proyecto	45
Rutas comerciales	46
Estrategias para la aplicación de la propuesta	46
Establecimiento de nuevas alianzas	46
Fortalecimiento de la gestión de capital humano.....	47
Conclusiones	48
Recomendaciones	49
Bibliografía	50
Apéndices	54
Apéndice A: Entrevista a Área Académica.....	54
Apéndice B: Entrevista a Sector Cafetalero	58
Apéndice C: Entrevista a Sector Comercio Internacional.....	60

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Exportaciones agrícolas de Ecuador hacia el Resto del mundo	26
Tabla 2 Importaciones de Países Bajos desde Ecuador en 2020.....	28
Tabla 3 Matriz de incentivos económicos sociales	36
Tabla 4 Costos estimados	41

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Características de la Asociatividad Empresarial.	18
Figura 2 Evolución de la exportación de Café 2010 a 2025.....	42
Figura 3 Escenario inicial del proyecto	43
Figura 4 Consecuencias de la aplicación del programa estratégico.	44

RESUMEN

Para expandir la exportación de productos agrícolas, Ecuador no cuenta con centros de distribución internacional, lo que nos restringe que nuestros productos ingresen rápidamente al mercado internacional; en la actualidad, la ausencia de este mecanismo les impide tener una mayor captación del mercado objetivo. El tema de estudio de este proyecto establece la importancia de la implementación de centros de distribución en distintos países extranjeros ayudando al desarrollo económico del país en el sector de producción, comercialización y distribución; los beneficios serían en gran medida para reducir los costos de distribución internacional a los pequeños y medianos productores ecuatorianos. El proyecto conlleva a la realización de una investigación con enfoque inductivo, tradicionalmente asociado a la investigación cuantitativa, para caracterizar una realidad particular estudiada con el objetivo de conocer la realidad del país en base a la distribución internacional de productos agrícolas como mecanismo para ampliar el comercio internacional, donde los resultados demuestran que los productos agrícolas tienen toda la viabilidad tanto administrativa como económica para ser exportados.

Palabras Claves: comercio internacional, viabilidad, productos agrícolas, infraestructura, estrategias, investigación

ABSTRACT

To expand the export of agricultural products, Ecuador does not have international distribution centers, which does not allow our products to leave the market quickly; currently, the absence of this mechanism prevents them from entering certain points where it is important to cover this fault so that it does not affect trade. Knowledge about it is not very limited, but the place where you want to implement usually has a very small infrastructure that limits doing the same, the lack of preparation at this stage is one of the serious mistakes they make to develop new strategies, where time is very important, there are food distribution chains in foreign countries, but the country often does not know which area to enter. The project leads to research with an inductive approach, traditionally associated with quantitative research, to characterize a particular reality studied with the aim of knowing the reality of the country based on the international distribution of agricultural products as a mechanism to expand international trade, where the results show that agricultural products have all the administrative and economic viability to be exported.

Keywords: international trade, transportation, agricultural products, infrastructure, strategies, research

INTRODUCCIÓN

Los centros de distribución internacionales de productos agrícolas, son una de las principales entradas de divisas para un país, el objetivo de este proyecto, es conocer el mecanismo con el que éstos trabajan, para poder ampliar el comercio internacional con la variedad de productos agrícolas de nuestra tierra, por lo tanto el tema a trabajar es; Centros de Distribución Internacional de productos agrícolas como mecanismo para ampliar el comercio internacional ecuatoriano, una temática compleja de abordar pero con la finalidad de que el sistema de exportación del país posea una gama más extensa de productos agrícolas que se puedan comercializar en el exterior.

El querer exportar un producto a ciertas partes del mundo se ha vuelto una competencia, sabemos que muchos de los productos agrícolas que posee el Ecuador tienen galardones por su calidad, pero estamos en el momento donde el precio es la máxima competencia de los países vecinos, ya que no somos el único país latino que posee la excelencia en sus productos agrícolas, por eso es necesario ampliar el mecanismo de los centros de distribución internacionales, y poder llegar al mercado con una competencia eficiente para poder mantener todos los estándares que exige una exportación de calidad.

La importancia de este proyecto radica en la implementación de centros de distribución como un mecanismo para ampliar el comercio internacional de productos agrícolas a diferentes países, lo cual es un tema de estudio de suma importancia, por la complejidad y la constante competencia que lo envuelve, para poder mantenerse en el mercado extranjero con la diversidad de productos, por lo cual bajo las reglas planteadas por las autoridades de nuestra universidad se desarrolló con la siguiente estructura, dando paso al desarrollo de tema antes mencionado para su correcta consolidación en un tiempo breve, lo cual queda estructurado de la siguiente manera.

El desarrollo del tema se encontrará dividido en 4 capítulos, los cuales nos permitirán conocer cuan factible es el tema propuesto, siendo el capítulo 1 aquel en el que se referencia la metodología aplicada, los instrumentos a utilizar junto con la muestra tomada para el desarrollo de este proyecto.

Dentro del capítulo 2, se exponen los mecanismos actuales ejecutados para la distribución de productos agrícolas nacionales al exterior, en el caso del presente proyecto, hacia los países bajos. Dentro de este capítulo se detallan las características del producto u oferta exportable, describiendo todos los equipos utilizados para su producción y posterior comercialización.

El Capítulo 3 expone en su desarrollo, las características de la propuesta como tal y el plan estratégico a seguir, dentro del cual se describirá los centros de distribución que pueden hacer de la propuesta algo factible, en este caso se describirán las empresas neerlandesas que prestan los servicios de distribución solicitados como tal.

Por último, el capítulo 4 contiene el desarrollo del plan estratégico para poder implementar un correcto mecanismo que impulse el comercio internacional del café como producto agrícola, en conjunto con el puerto de Rotterdam, además de proponer las disposiciones necesarias en cuestión de política comercial.

Capítulo I: Generalidades de la investigación

Antecedentes

Ecuador posee productos de alta calidad con diferentes precios internacionales que lo han hecho merecedor de reconocimiento, actualmente la distribución de productos agrícolas, de nuestro país posee productos con manufacturas excelentes, muchos de los cuales son exportados a varios países vecinos y también parte de la Unión Europea donde existe una gran demanda por los productos agrícolas ecuatorianos, desde hace 4 años en los meses de enero y septiembre del 2020 tienen un crecimiento del 4% de salida hacia el mercado extranjero según el banco central del Ecuador, donde las estadísticas financiera demuestran este crecimiento ocupando el país el sexto lugar de importación de productos agrícolas.

(Rivadeneira, 2020) expone que:

Una de las dificultades para las empresas ecuatorianas es la logística. Retarda señala que el 90% de los envíos a Europa se hace vía marítima y atraviesa el canal de Panamá. El 10% restante se exporta por vía aérea. "Esto es algo que juega en contra a la hora de competir con países como Colombia, por ejemplo, que tiene puertos en el Atlántico".

En el año 2009, Ecuador decidió abandonar las negociaciones que mantenía con Colombia y Perú en el tratado con la Unión Europea porque se consideraba que los resultados que arrojaba los estudios de este acuerdo no iban encaminados a favorecer el desarrollo nacional, por lo que se consideró ese año terminar con dicho acuerdo después de varios años nuestro país hace negociaciones directamente sin pertenecer a este acuerdo, el cual lo ha sido una gran ventaja para el ECUADOR ya que goza de varios beneficios con los acuerdos bilaterales que mantiene con la Unión Europea, donde se mantiene una labor ardua, para que la producción de nuestros productos posean la calidad que demandan los consumidores extranjeros y lograr ser uno de los más grandes exportadores.

(Nathaly Verdugo, 2018) destaca que: Esto se puede lograr a partir de políticas públicas que fomenten el tanto de producción eficiente de los productos no tradicionales, así como políticas que impulsen al sector exportador de estos productos, en lo referente a la promoción y acceso a

mercados. Es importante así mismo desarrollar estrategias que les permitan a los productores tradicionales recuperar el terreno perdido en el mercado internacional.

Justificación

Es de conocimiento general que parte del ingreso de divisas del país llegan de la venta de los productos ecuatoriano, donde estos juegan un papel fundamental, uno de los puntos en los que se puede enfatizar es que la rentabilidad que estos generan ayudan al crecimiento de los agricultores del país, ayudando a que la cadena se cumpla favorablemente, este proyecto es de suma importancia ya que se busca el desarrollo económico de un país donde el sector de producción, comercialización, y distribución son los principales actores, aunque es de interés nacional ampliar las estrategias del mercado para obtener lo que se está buscando, para esto se debe investigar cada ítems que presente nada puede ser relevante, ni dejar que pase de largo sin un análisis exhaustivo, porque es donde vamos a trabajar para que el Ecuador forme parte de los tres primeros lugares en la exportación donde quienes se benefician directamente son los pequeños y grandes productores agrícolas del país.

(Secretaria Nacional de Planificación, 2017) Secretario Nacional de Planificación y Desarrollo, Andrés Mideros Mora, aprovechó para anunciar que Ecuador está construyendo el Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, “alineado a la visión de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Hemos propuesto una visión alternativa de desarrollo, que la hemos llamado *buen vivir*”

De acuerdo a los objetivos que se han planteado con este trabajo, sabemos que arrojará resultados satisfactorios, con una implementación en la mayoría de las exportaciones y de esta manera tratar que el país se abra paso para llegar a obtener uno de los primeros lugares, en la exportación de productos y mejore con el paso del tiempo para que llegue a ser una potencia mundial en distribución de los productos agrícolas que se desean llevar fuera del país.

Contribuir con el país y en su economía es parte fundamental de todo productor por lo tanto el aporte de este proyecto, es dar un apoyo al desarrollo

económico, donde se pueda llegar a conocer y analizar varios productos agrícolas que todavía no se encuentran en el mercado, y no solo nos quedemos con aquellos que ya tienen salida, para poder brindar la ayuda a los agricultores a que su producto salga al mercado extranjero a precio que le favorezca, incluyendo las buenas prácticas ambientales para trabajar la sostenibilidad de los recursos con los que se cuenta y lograr un desarrollo fructífero de la cadena que se forma en el momento de iniciar la venta hacia los mercados del extranjero.

Planteamiento del Problema

Para ampliar la exportación de productos agrícolas, Ecuador no cuenta con centros de distribución internacional, lo que impide que los productos agrícolas no tengan mayor aceptación y salida rápida en el mercado, en estos tiempos el no contar con centros de distribución afecta la llegada de los productos ecuatorianos, donde es primordial cubrir esta falla de manera que no siga afectando a las negociaciones que posee el Ecuador con diferentes países.

Sarmiento (2017) explica que:

La distribución física es la rama de la logística empresarial que se ocupa del movimiento, almacenamiento y procesamiento de pedidos de los productos finales o acabados de la empresa. A menudo es la actividad más importante en términos de costos para la mayoría de las empresas, ya que absorbe cerca de los dos tercios de los costos logísticos.

Al no contar con un centro de distribución internacional el valor por movilidad de producto es mayor, y por esta causa no desean un producto de alto costo, cuando se pone en el mercado un producto agrícola, queda claro que se debe tener en cuenta que los costos por distribución no sean elevados ya que esto genera que el producto se vuelva caro, pero no se puede ampliar el mercado cuando la cadena de distribución no se aplica de manera correcta y este es uno de los problemas que se presenta dentro del proceso de venta en el mercado.

La mala distribución de productos no solo afecta a la parte de venta, sino a todos los campos que van ligados a ella, como ampliar el mercado internacional es un tema que se examina a lo largo de los días, donde se

busca el correcto método para poder llegar a las instancias que se requieren, y si no hay conocimiento, las bases no ayudan a dar una idea de cambio en este sistema actual donde el individuo debe plantear una solución ágil que fracasa en el momento de ponerla en operación.

Los conocimientos sobre el tema no son muy limitados, pero el lugar donde se desea implementar suele ser muy escaso de infraestructura que limitan a llevar una ejecución del mismo, la falta de preparación en este punto es uno de los grandes errores que hacen detener, a la evolución de nuevas estrategias, donde el tiempo es muy importante, países extranjeros tienen cadenas de distribución de productos, pero en el país no se cuenta muchas veces con el conocimiento del área que se desea incursionar.

La llegada de productos agrícolas a los países bajos tiene una excelente demanda pero no se cuenta con un centro que lo distribuya, como pretende distribuir un producto agrícola si la distribución del mismo no cumple los estándares que se requieren manejar, los puertos de llegada en el exterior se manejan de tal manera que solo hay tiempo para descargar y entregar los productos y hasta que todo esté en regla no salen los diferentes productos que se han llevado a la venta en el mercado internacional creando un déficit en el cumplimiento de entrega de la carga, donde las pérdidas económicas son el más grande problema que se genera.

Formulación del Problema

¿De qué forma contribuirá el proponer un plan para la implementación de un centro de distribución como mecanismo de ampliación para el comercio internacional ecuatoriano?

Preguntas de Investigación

Dentro del estudio de investigación del presente trabajo se presentan las siguientes interrogantes las cuales son:

- ¿Sobre qué bases teóricas y prácticas se sustenta el comercio internacional para realizar su ampliación?
- ¿Qué mecanismos actuales se ejecutan para la distribución de productos agrícolas?

- ¿Qué parámetros de aplicación utilizan los mecanismos actuales para el trabajo de distribución?

Objetivos

Objetivo general

- Proponer un plan para la implementación de un centro de distribución como mecanismo de ampliación para el comercio internacional ecuatoriano.

Objetivos específicos

- Analizar las bases teóricas y prácticas del comercio internacional para evaluar la ampliación del mismo.
- Identificar mecanismos actuales que se ejecutan para la distribución de productos agrícolas.
- Establecer parámetros de aplicación de estos mecanismos para el trabajo de distribución.

Delimitación del Tema

Cada país cuenta con puertos marítimos y aéreos para la recepción de productos tanto agrícolas como de diferentes manufacturas, donde se manejan mediante las operaciones de traslado de los contenedores para la distribución de la carga a los diferentes lugares del país de destino para poder generar un mecanismo que no tome demasiado tiempo en su ejecución tomaremos información que ayude como soporte para desenvolver la problemática que se ve envuelta en los diferentes puertos y se enfoca en un puerto de los Países Bajos , país europeo con una población aproximada de 17.28 millones, para que el presente trabajo oriente a encontrar tipos mecanismos para ampliar el comercio internacional ecuatoriano se desarrolla la temática con una investigación exhaustiva y poder encontrar la soluciones pertinentes y servirá para futuros trabajos de temas que van de la mano con la temática expuesta.

Limitaciones del Trabajo

Este trabajo se limita a colocar centros internacionales no propone armar infraestructuras, ni manejará presupuestos para implementarlo en el exterior, no contará con créditos para poder dar el paso a la salida de productos, se verá enfocado únicamente para ampliar las negociaciones de nuevos productos agrícolas ecuatorianos, el presente trabajo no se extenderá en ningún ámbito o área que no se haya propuesto, no prepara mecanismos para posesionar centros.

Capítulo II: Marco Teórico

En el siguiente espacio tomaremos de acuerdo con los lineamientos el desarrollo de las temáticas que abarcan el tema de proyecto:

Marco teórico

La teoría del comercio internacional ofrece respuestas, estas son a la vez convincentes y elegantes, por lo que la gran mayoría de los economistas están de acuerdo sobre la conveniencia del comercio liberal. Pero el argumento también es sutil y, a menudo, se malinterpreta o se distorsiona. Así, una gran proporción de la población en general tiende a oponerse al comercio liberal desde la confusión.

Este enfoque teórico intentará transmitir por qué las respuestas convencen a la mayoría de los economistas y por qué su posición comercial liberal a menudo se malinterpreta. El enfoque es la teoría, pero la teoría convence cuando logra ajustar los datos. Por lo tanto, se hará una referencia de pasada a los hallazgos empíricos, una sensibilidad mucho más desarrollada.

Cuando se expone temas como el centro de distribución se abre una gama de posibilidades para la comercialización este trabajo ha revisado los repositorios y bibliotecas de diferentes universidades del país donde se ha trabajado parte de la temática de este proyecto, si tenemos claro la distribución de productos agrícolas en el mercado extranjero no es de novedad, nos queda claro que la distribución empieza desde los tiempos antiguos donde llegar un productos a otra parte de la ciudad demoraba días, todo esto nos lleva a que hay cambios en el proceso de distribución y va ampliándose con el pasar los años.

Teoría de la Ventaja Absoluta.- Smith, en el año 1776 presentó la teoría de la Ventaja Absoluta en su obra publicada “Una investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones”, dicha teoría alega que la ventaja absoluta se puede considerar como la capacidad que una persona, empresa o país tiene para poder generar un bien utilizando una cantidad de factores de producción, mucho menor a la que otros utilizan, es decir, que un país o personal puede llegar a mostrar mayor capacidad al producir un bien o

servicio con respecto a otro. En el estudio de la economía y del comercio internacional, la teoría de la Ventaja absoluta se asienta como la base en la que se fundamentan todos los conceptos, de dichos estudios. De acuerdo a Smith, un país se llega a especializar en la producción de un bien sobre el cual presenta la ventaja absoluta, por lo que necesitan un menor gasto de recursos en su producción; lo que les permite exportar los el producto y, con las ganancias que éste les genera, compran otros bienes o productos de cualquier otro país, lo que genera eficiencia dentro del comercio internacional (Sanchez, 2021).

Esta teoría se mide de acuerdo a los costos menores de producción, es decir, a los medios productivos de los que hace uso un país en contraste a cualquier otro. De manera que, los países obtendrán grandes beneficios por medio del comercio al seguir dicha teoría, logrando obtener la eficiencia internacional. Sin embargo, la teoría en sí, cuenta con pros y contras, todo esto por el hecho de que, si un bien o servicio específico se oferta a mayor valor en relación al valor del trabajo que se utilizó para elaborarla, quienes realizan otras actividades productoras, abandonarían las mismas para dedicarse a cualquier otra actividad que les sea bien remunerada, es decir, alguna otra mucho más conveniente. Lo antes mencionado, generaría como reacción en cadena, el aumento de las ofertas laborales dentro de la industria, lo que al final del día disminuiría el nivel de trabajo que en el producto generado se utilizó Smith, 1976 (como se cita en Mendoza & Sánchez, 2017)

Teoría de la Ventaja Comparativa.- La Ventaja comparativa sugiere dentro del análisis habitual, que resulta beneficioso el comercio para aquellos países que participen en él, lo que suele mencionar también, es que los países en los que el trabajo abunda exportarán bienes manufacturados de forma intensiva, lo que permite aumentar su renta nacional y a su vez, la distribución de la renta a favor de los trabajadores (Krugman & Obstfeld, 2006).

David Ricardo en el año 1817 genera la teoría de las ventajas comparativas, siendo ésta, la evolución de la teoría de la ventaja absoluta generada por medio de Smith en el año 1776, para Ricardo el comercio internacional se encuentra inmiscuido con la tecnología, dentro de la cual observa, que un país debe concentrarse o especializarse en la fabricación y exportación de un bien o servicio en mayor cantidad, cuando éste, puede

realizar su producción en un costo mucho menor que el de los demás países, e importará los productos que presenten un costo elevado, es decir aquellos bienes en los cuales muestren deficiencia en cuanto a producción en comparación de los demás (Mendoza & Sánchez, 2017).

Se puede decir que la teoría de la ventaja comparativa en relación con la teoría de la ventaja absoluta, no propone que una empresa deba crear nuevos bienes que les resulte ser mucho más económicos, sino más bien propone producir bienes de los que se obtengan mejores costos en comparación con otros países Ricardo 2017 (como se cita en Mendoza & Sánchez, 2017).

Teoría de la Ventaja Competitiva.- se puede decir que una empresa dispone de ventajas competitivas, cuando tiene la oportunidad de dotar a sus bienes y productos un atributo clave para que el cliente tome la decisión de obtenerlo, de forma tal, que se disponga a pagar por él un sobreprecio o por lo general se enfoca en que el cliente lo elija o lo prefiera por sobre los demás Coney, 1986 (como se cita en Fong, 2017).

De acuerdo a Porter (2007), la prosperidad de una nación no se hereda, más bien se adquiere, es decir que esto no surge de los dones que el país tenga por naturaleza. La competitividad dependerá en gran porcentaje a la capacidad que posee el área industrial de la misma, para innovar y perfeccionarse a la vez; todo ello en conjunto con los valores la cultura, la estructura económica, las instituciones e incluso, las historias nacionales del país, factores que permitirán ser para ellos, una contribución a su éxito competitivo. Lo que Porter contempla, es que ningún país podrá ser competitivo en todos los sectores industriales, tendrán sectores específicos en los cuales podrán desenvolverse con mayor facilidad; a su vez, contempla que para predominar dentro del ámbito competitivo se necesita tener un pensamiento predominante.

Restrepo (2019) explica que reducir el movimiento de materiales y de personas porque generan costos innecesarios en los centros de distribución. Los desplazamientos son los principales generadores de desperdicios y deben ser optimizados. Además, una buena distribución en planta debe conseguir que los movimientos de los equipos de manejo de materiales – con

carga o sin ella – y de las personas, resultan tan insignificantes como sea posible (pg.35).

La producción agrícola del país es la parte fundamental que tenemos en el Ecuador para sostener la economía, los agricultores son fuente de sostenibilidad de un lugar, si no se produce no se puede contribuir a la ampliación de los negocios internacionales y de esto hay muchos factores que lo validan, el desarrollo de las técnicas para poder sembrar, recolectar y vender son limitadas al compararnos con países de primer mundo donde sus máquinas son las que hacen el trabajo más pesado que es el de recolección mientras que aquí se lo hace con la mano de obra ecuatoriana, donde el tiempo hace pasar dificultades al momento de recolectar la producción,

Moreno (2016) indica que: En donde si pueden aparecer diferencias en los momentos óptimos de recolección, ya que los posteriores procesos de manipulación, procesado, almacenamiento y transporte, serán diferentes en muchos casos, lo cual hace que se tenga que adaptar ese momento a dichos procesos (pg. 65)

Para ampliar un negocio tan competitivo hay que buscar mejoras examinando el producto interno y si se posee las competencias necesarias para incursionar con un nuevo producto manejar bien el tema y visualizar que se desea llevar al mercado de producto agrícola, se debe tener en consideración cada uno de los acuerdos que existen, para no generar desventajas que hacen que el precio se eleve y caiga la comercialización de productos, dentro de las negociaciones se maneja una calidad de productos y esta país cuenta con los recursos necesarios para poder brindar productos de excelencia, respondiendo a las demandas de los mercados internos y externos.

Dentro de los repositorios no se encuentra tema de esta magnitud, aunque el tema de comercio internacional si se encuentra, en la mayoría de tesis de las diferentes universidades del país, tomando en cuenta de que este tema sea de aceptación y poder implementarlo y con el tiempo tomen las idea para proyectar mejoras al sistema de distribución de nuestros productos.

Torre (2016) dice que en el momento de llevar a cabo la venta de la producción agrícola, los agricultores intentarán sacar el máximo beneficio para sí mismos, evitando así que sean otras personas las que se lleven el mayor

porcentaje de beneficios en detrimento de estos. Es por este motivo por el que se están buscando nuevas iniciativas de ventas de productos agrícolas, las cuales beneficien lo máximo posible a las personas que los producen, evitando de esta manera a los intermediarios. En relación con los productos agrícolas, se quiere conocer el funcionamiento que tienen las marcas de calidad (pg. 89).

La lógica de “Compre barato, venda caro” lleva a los economistas a la teoría de la ventaja comparativa, significa la comparación de las diferencias de precios relativos entre naciones para explicar el patrón del comercio. Por ejemplo, comparar el precio relativo del trigo en términos de queso en casa con el mismo precio relativo en la economía extranjera en un equilibrio hipotético sin comercio (autarquía) o con comercio restringido. Se dice que el país con el precio relativo más bajo del trigo tiene una ventaja comparativa en el trigo, mientras que el otro país tiene, simétricamente, una ventaja comparativa en el queso. Compra bajo, vende alto, la lógica predice que un país exportará el bien en el que tiene una ventaja comparativa (Smith, 2021).

Se debe considerar que el enfoque en los precios relativos tiende a cancelar las fuerzas (manipulaciones del tipo de cambio, estándares ambientales o laborales) que causan diferencias nacionales en los niveles de precios de los factores (o bienes) no comercializados. Tenga en cuenta también que, según este razonamiento, un país debe tener una ventaja comparativa en algún bien.

Los precios de los factores de producción no comerciables se ajustan en equilibrio general de modo que cada país termina en el equilibrio comercial con una ventaja competitiva o de costo absoluto en el bien en el que tiene una ventaja comparativa.

El pensamiento de equilibrio parcial toma los precios de los factores como dados y no impone la restricción presupuestaria externa que requiere que las exportaciones paguen las importaciones. El razonamiento de equilibrio parcial conduce a malentendidos que se exploran a continuación como la falacia de la ventaja absoluta (Adelman, 2019).

Las diferencias de ventajas comparativas entre naciones se explican por diferencias exógenas en las características nacionales. El trabajo difiere en su productividad a nivel internacional y los diferentes bienes tienen

diferentes requisitos laborales, por lo que la ventaja comparativa de la productividad del trabajo fue el predictor de Ricardo de los patrones comerciales.

La teoría ricardiana del comercio es útil por su simplicidad e incluso está vagamente confirmada por la evidencia empírica. La teoría de las proporciones de los factores agregó diferencias relativas en la dotación de factores a la explicación exógena de la ventaja comparativa. Los países con mayor abundancia de capital tienen una mayor productividad laboral, pero la ventaja obtenida en relación con los países menos abundantes varía con la intensidad relativa de capital de la tecnología del bien. La combinación de diferencias de tecnología y dotación parece explicar bien los patrones comerciales reales (Ponce, 2018).

La teoría del comercio también abarca las diferencias endógenas entre países. Un foco está en las economías de escala. El mercado más amplio debido al comercio induce una ventaja de costos en una industria en uno de los países. Otra teoría se basa en la competencia monopolística, según la cual los mercados más amplios debido al comercio aumentan la variedad de productos a medida que los compradores buscan las características especiales de las marcas extranjeras. El comercio de productos diferenciados fluye en ambos sentidos dentro de las categorías de productos.

Los costos comerciales también dan forma a la estructura del comercio. La teoría económica de la gravedad explica los complejos patrones de comercio bilateral entre países. El comercio real es mucho más bajo de lo que predice la gravedad en un mundo sin fricciones, lo que proporciona evidencia de costos comerciales mucho mayores que los debidos a la política o el transporte. Los costos están bien explicados por la geografía y un conjunto de diferencias nacionales. La estabilidad de las relaciones a lo largo del tiempo sugiere que estos costos cambian lentamente (Cuevas, 2019).

Hay beneficios del comercio en todos estos modelos. Pero la división de las ganancias será desigual y habrá perdedores. La distribución importa de dos maneras, entre naciones y dentro de ellas. A nivel internacional, con solo calificaciones leves, las ganancias se comparten entre las naciones: algo de comercio es mejor que nada. Sin embargo, cada nación puede actuar a través de la política comercial para obtener una mayor parte de las ganancias, lo que

lleva a guerras comerciales destructivas con pérdidas mutuas. Dentro de las economías nacionales, hay ganancias en promedio, pero normalmente hay perdedores. Las instituciones nacionales actúan para redistribuir algunas de las ganancias o proporcionar un alivio temporal de las pérdidas debidas al comercio (protección de cláusula de escape), a costa de reducir la ganancia general del comercio.

En el camino hacia el equilibrio, es teóricamente posible que las pérdidas en los costos de ajuste puedan exceder temporalmente las ganancias, lo que justifica las medidas de alivio temporales. Por ejemplo, los trabajadores desplazados por la competencia de las importaciones pueden estar desempleados durante un tiempo. Una investigación exhaustiva de los casos estadounidenses sugiere que esas pérdidas de costos de ajuste derivadas del comercio son pequeñas, de corta duración y están abrumadas por las ganancias del comercio (Steinberg, 2019).

Una investigación típica informa que el costo neto para la economía de usar la protección para volver a emplear a un trabajador excede con mucho el salario que el trabajador recibiría en el trabajo, generalmente varias veces el salario que llega hasta diez veces el salario. En la práctica, por tanto, la protección temporal de los trabajadores no puede justificarse por motivos de eficiencia, aunque sigue siendo posible justificarla por motivos de equidad. Los economistas a favor del comercio liberal señalan que la protección puede reemplazarse con métodos de compensación mucho menos ineficientes para los trabajadores desplazados.

Una parte sustancial de la oposición al comercio liberal se basa en la confusión y la ignorancia. Confundir la ventaja absoluta con una teoría válida del comercio siembra el temor de que una nación deba protegerse de la competencia abrumadora. Las nociones muy exageradas sobre el tamaño de los costos de ajuste conducen al apoyo para la protección. La ignorancia del daño causado a los pobres del mundo por la protección persuade a muchos que apoyan la redistribución de los ingresos para respaldar una protección que perjudica a la mayoría de aquellos a quienes buscan ayudar. La combinación de confusión e ignorancia entre los "desinteresados" con grupos de intereses especiales bien organizados explica el poder del proteccionismo.

El principal hallazgo empírico es que el comercio internacional aumenta sustancialmente la desigualdad de ingresos en Ecuador, especialmente en la mitad superior de su distribución de ingresos. En ausencia de comercio, las personas de altos ingresos serían relativamente más pobres. Sin embargo, nuestro análisis empírico también implica que la caída de la desigualdad que tuvo lugar en Ecuador durante la última década habría sido menos pronunciada si su economía hubiera estado sujeta a los mismos choques internos, pero sin poder comerciar con el resto del mundo.

Las economías con mercados de factores competitivos, independientemente de que los buenos mercados también sean competitivos, las ganancias de los individuos dependen de la demanda global de los servicios de factores que ofrecen. Si bien las empresas comercian con bienes, no con factores, el comercio internacional tiene un impacto sobre la desigualdad solo en la medida en que cambia la demanda relativa de los servicios de los factores incorporados en esos bienes.

Esto puede ocurrir a través de dos canales: (i) los consumidores y empresas extranjeros pueden demandar servicios de factores internos en proporciones diferentes a las de los consumidores y empresas nacionales, un canal de exportación, o (ii) los consumidores y empresas nacionales pueden cambiar su demanda de servicios de factores internos en respuesta a la disponibilidad de servicios de factor externo, un canal de importación. El impacto general del comercio sobre la desigualdad es, entonces, la cantidad en la que los precios de los factores internos deben ajustarse para equilibrar los mercados de factores en respuesta a estos dos cambios en la demanda.

Marco Conceptual

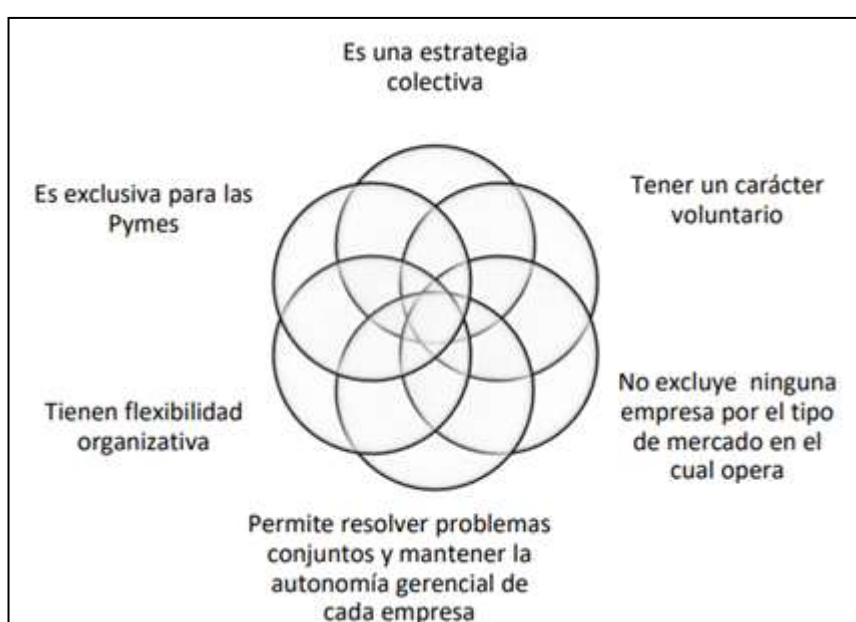
Estudio de Factibilidad. - se define como el estudio aquel, realizado por toda empresa que requiera implementar o determinar la posibilidad de desarrollo que su negocio o proyecto, presenta, lo que permite a la empresa conocer si lo que desea emprender resultará favorable o desfavorable, además de ello le permite visualizar el tipo de estrategias a utilizar, para poder así, obtener el éxito. Por medio de un estudio de factibilidad sabremos cuales son las situaciones ideales en el que el proyecto puede realizarse y como se

solucionarían los problemas que podrían en tal caso, presentarse (Quiroa, 2020) .

Asociatividad Empresarial.- es aquel mecanismo que actúa como apoyo, utilizado por empresas que laboran de forma colectiva con la premisa de fortificar los factores internos y externos de su crecimiento y desarrollo empresarial, todo ello, por medio de formas de asociación lo que les permite cumplir objetivos en común (Duarte, 2017). De acuerdo a Duarte (2017) la asociatividad empresarial presenta las siguientes características:

Figura 1

Características de la Asociatividad Empresarial.



Fuente: tomado de (VallejoProperties, 2020).

Centros de distribución (CEDIS). - se considera un centro de distribución como el espacio logístico en el que los productos o la mercancía de determinada empresa, serán almacenados y despachados por medio de órdenes ya sean de entrada o salida, lo que agiliza su distribución al comercio de forma mayorista o minorista. Entre los objetivos que contemplan los centros de acopio se encuentra el recoger, vigilar, salvaguardar y expedir los inventarios de manera eficiente, por lo que el control de almacenamiento de la mercancía de la empresa es un proceso importante a seguir, ya que reduce costos de operación al máximo posible (VallejoProperties, 2020).

Centros de Acopio.- Es aquel espacio de comercialización de carácter público o privado, que se encuentra destinado a la comercialización de

materia prima a gran escala; dentro de un centro de acopio, se reúnen los productores, comerciantes e incluso los consumidores, por lo que brinda un óptimo abastecimiento, previsible y organizado (Comité Municipal de Seguridad Alimentaria de La Paz y Fundaciones Alternativas, 2010). El modelo básico de un centro de acopio deberá ir fundamentado de la siguiente forma:

- Comercializar volúmenes prudentiales de alimentos de forma ordenada y previsible.
- Incorporar un sistema logístico para el abastecimiento de materia prima.
- Certificar un balance de intereses, dirigidos a los productores, intermediarios y a los consumidores.
- Promover condiciones formales de abastecimiento.
- Articular los eslabones del sistema alimentario.
- Posicionarse en una ubicación estratégicamente favorable para realizar el respectivo transporte y la redistribución de la materia prima o productos.

Eje Central del Centro de Acopio. - La comercialización de alimentos frescos y procesados es el eje central por el cual un centro de acopio funciona, es así, como el administrador del mismo utiliza determinados ambientes característicos para efectuar las transacciones, de compra y venta de alimentos con distintos productores, lo que les permite usar de forma paralela a otros comerciantes. El ente público regulador, será el encargado de determinar los precios de las transacciones a realizarse, a su vez, se encargará de la negociación o regateo de las partes comercializadoras (Comité Municipal de Seguridad Alimentaria de La Paz y Fundaciones Alternativas, 2010).

Áreas centros de distribución. – estos centros deben estar muy bien ubicados, deben poseer, área de oficinas, enfermería, carga y descarga, desechos, conductores, comedor seguridad industrial, ventilación, y áreas complementarias (Zona Logística, 2018) “Se menciona entre las áreas que se emplean estos equipos, las de recepción, inspección, almacenamiento, despacho, zonas de aduanas y espacios complementarios como primeros auxilios, cargue de baterías, conductores y comedor”.

Centros de distribución internacional. - son los almacenes receptores de mercadería dentro de los puertos aduaneros, aquí cuentan con la logística necesaria para recibir los productos que ingresan a un país y están a la espera de su salida a zonas de venta. (Pursell, 2021) “El proceso de internacionalización de la estrategia de los canales de distribución depende de la toma adecuada de decisiones en cuanto al mercado y la cobertura”

Comercio. - El comercio es la actividad de compra y venta de productos o servicios que se generan en una localidad, entre personas o empresas.

(retailers, 2021) indica que: En la actualidad el comercio es una actividad de la economía de los pueblos, destinada a relacionar a los sectores de producción y consumo, tanto nacional como internacional. La finalidad del comercio está en satisfacer las necesidades del consumidor y en alcanzar las utilidades económicas para el comerciante

Comercio internacional. – se define como la actividad económica de servicios, ventas y bienes que mantiene las personas o empresas de un país con otro donde se ve envuelta la compra y el intercambio de monedas. Como nos indica (Cevallos, 2019) que “El comercio internacional es un concepto global que incorpora las importaciones y exportaciones de productos y servicios a nivel mundial. Es un término que tiene más pertinencia con la economía”.

Comercio mundial de productos agrícolas y su crecimiento. - aquel que se genera en todo el mundo con las bases agrícolas de cada región, la competencia por tener ventas de productos agrícolas ha crecido donde los países ofertan su producción, sin embargo, algunos países les falta por exportar cierta producción para darse a conocer.

(Silva, 2016) expone que: El comercio mundial de productos agrícolas y alimentarios ha crecido rápidamente en las últimas décadas, con el aumento de los países en este comercio, como exportadores o importadores. Sin embargo, la manera en que los países deberían aumentar su participación en el comercio es objeto de un debate importante.

Comercio agrícola tendencias y perspectivas.- el comercio agrícola es el más importante de todos los mercados, es el que brinda alimentación a la población local de un estado, las tendencias de cambio se generan en el

precio del mismo donde la demanda y oferta juegan un papel fundamental dentro de las perspectivas de negocio, hoy en día por causa de la demanda de alimentos, el agricultor ha generado cambios en sus cosechas y sus sembríos han aumentado, el brusco alza de precios de los productos de primera necesidad se han visto reflejados en los últimos tiempos donde el desarrollo de los mismo han generado cambio de sus técnicas para cultivar.

(Silva, 2016) indica que:

Los datos y los análisis sobre los actuales factores impulsores del mercado son fundamentales, pero la comprensión de cómo evolucionan los mercados y cuáles son sus perspectivas futuras también resultan importantes a la hora de determinar las cuestiones más pertinentes para el debate

El precio como indicador de cambios. - analizando el cambio del precio el indicador apunta a las ofertas del mismo, a mayor oferta mayor será la demanda, donde según el comportamiento de la demanda la oferta varía, y es la razón donde el precio genera los comportamientos de cambio que se dan en el mercado.

(Silva, 2016) indica que: Los mercados agrícolas cambian con el tiempo, en unas ocasiones de forma cíclica y en otras, de manera permanente. Están sujetas a una estacionalidad anual característica de la producción agrícola, pero también existen periodos en los que muestran una calma relativa o una inestabilidad que puede durar varios años.

Marco Metodológico

De acuerdo con Sampieri y Torres (2018) el marco metodológico es la reunión de diferentes técnicas y procesamientos utilizados en la formulación de una situación problema, enfocándose en la relación que esta tiene en la búsqueda de su solución.

Paradigma constructivista.-porque asume el conocimiento de lo que se desconoce, dejando que el modelo de estructura pueda ser comprendido, construyendo su propia perspectiva, a partir de los fenómenos de estudio, para lograr una construcción y actividad cognitiva del problema que se aprende, donde el conocimiento no es una copia de lo aprendido, sino una constante construcción que el individuo elabora con los esquemas que ya posee, y lo que se genera en su búsqueda diaria con el medio que lo envuelve, esto para

logra un conocimiento con significado positivo en los niveles de aceptación del mismo

Método inductivo. - El método abordado en este proyecto es el enfoque inductivo, tradicionalmente asociado a la investigación cuantitativa, para determinar las características de una realidad concreta estudiada por inducción o como resultado de una propiedad o afirmación de la ciencia general, que está contenida en proposiciones científicas o leyes de carácter general que han sido previamente formuladas.

Tipo de estudio. - El método experimental pretende analizar los fenómenos o situaciones que se presentan en condiciones preestablecidas para finalmente por medio de conclusiones establecer las leyes que lo rigen. Este estudio es experimental porque se utiliza métodos que ayudan a evaluar la problemática en la que se detecta la deficiencia en el servicio, donde la eficiencia y la efectividad dan la calidad de atención que se busca con este trabajo.

Enfoque cualitativo. - Para el trabajo de investigación, se decidió adoptar un enfoque cualitativo, que incluye una serie de aspectos que constituyeron la base de la metodología de investigación en busca del análisis y formulación de los objetivos fijados.

Por medio de la investigación inductiva de las fuentes de datos utilizadas, permitiendo así obtener una comprensión directa y específica de los conceptos e ideas utilizados en el estudio para la implementación de un centro de distribución como mecanismo de ampliación para el comercio internacional ecuatoriano.

Los mecanismos que se pueden utilizar y su naturaleza real en el contexto, permite conocer mejor estas herramientas a disposición de las empresas, sus beneficios, costes, efectos y mecanismos para poder aplicarlos. Los datos sobre los individuos, los escenarios y los grupos relacionados con el mecanismo no se han reducido a variables específicas, sino que pueden verse como un todo.

La experiencia obtenida de los informes públicos de casos similares, como los consorcios de exportación que se han formado hasta la fecha, es una parte relevante del mecanismo de estudio. El análisis y la descripción de los cambios y las consecuencias de los casos es el mecanismo para entender

estos casos en sus propios marcos de referencia, diferenciando así las perspectivas de sus experiencias de manera social.

Alcance. - Cada objetivo puede ser de carácter exploratorio, descriptivo, asociativo o interpretativo. Los ámbitos exploratorios tienen una perspectiva innovadora. El ámbito descriptivo mide conceptualmente las variables de un estudio. Por último, el ámbito explicativo determina las causas que producen el fenómeno estudiado para comprenderlo mejor.

Población, muestra y muestreo

Población. - La población de un estudio está compuesta por las personas y productos de consumo agrícola, se definen y delimitan en el análisis de la pregunta de investigación, y se caracteriza por ser estudiado, medido y cuantificado.

Muestra. - la muestra escogida de forma conveniente, está representada por un participante del sector académico, los productores agrícolas y de los agentes de comercio internacional:

- **Área académica:** Ec. Jack Chávez, Profesor de Universidad Católica Santiago de Guayaquil.
- **Sector cafetalero:** Humberto Heredia, Director de ANECAFE.
- **Comercio internacional:** Andrea Montoya, Trade & Investment Commissioner de PROECUADOR.

Muestreo a conveniencia. - El muestreo a conveniencia o conveniente es una técnica no probabilística que se utiliza para crear una muestra de acuerdo con su accesibilidad, la disponibilidad de las personas que forman parte de una población, en un intervalo de tiempo específico u otra especificación práctica para un artículo en particular, seleccionando de forma no aleatoria a las personas que participaran en la recolección de información.

Técnica e instrumentos de recopilación de información.

La técnica aplicada para este proyecto la entrevista, la cual presenta un enfoque cualitativo y consiste en un cuestionario estructurado de 6 preguntas a la que los integrantes de la muestra no probabilística fueron sujetos. Las preguntas aplicadas tuvieron como finalidad averiguar cómo los

centros de distribución internacional han desarrollado el comercio de productos agrícolas.

Entrevistas: esta técnica, como explica Hernández Sampieri (2016) recolecta información cualitativa de personas calificadas sobre un tema en específico con el fin de determinar causas a el problema investigado.

Herramientas y procedimientos para procesar información recopilada

Las fuentes de comunicación aportan datos e informes sobre hechos, fenómenos, eventos o conocimientos en un ámbito de conocimiento que son empíricos, teóricos, cuánticos, trascendentales u otros, pueden ser escritos, sonoros, públicos o privados, trascendental, etc. Hay fuentes de información primaria y secundaria.

Fuentes primarias. - Fuentes de información primarias son los que aportan datos novedosos, nuevos y directos sin referencia a otras fuentes. Las fuentes secundarias son las que hacen referencia a los documentos primarios y son una interpretación de las primeras.

Es la interpretación de la primera. La diferencia entre ellos es esencialmente una cuestión de autenticidad, tiempo y espacio en relación con las fuentes originales. Espacio en relación con la fuente original. Las fuentes primarias permiten ver el inicio del acontecimiento estudiado, dando evidencia del tema, con confiabilidad y precisión. Este proyecto va a acogerse a las:

- Entrevistas
- Comentarios de revistas o periódicos
- Libros
- Archivos de organizaciones

Fuentes secundarias. - A su vez proporcionan datos e información que fue elaborada con anticipación por un autor principal, en ellas contiene la interpretación de las fuentes anteriores para generar una evaluación más precisa. Para este proyecto se utilizará:

- Revistas de resúmenes
- Comentarios o crítica literaria

Capítulo III: Resultados

En este capítulo se desarrolla el cumplimiento de los objetivos específicos 2 y 3 el trabajo de investigación. En el cual se presenta la situación del comercio con Países Bajos y Ecuador, así como las aportaciones brindadas en las entrevistas aplicadas.

Situación del comercio bilateral entre Países Bajos y Ecuador.

A través de la plataforma tradeMap, se obtuvo información sobre el comercio bilateral que existe entre Países Bajos y Ecuador partiendo con la explicación de los productos agrícolas que exportó Ecuador en el periodo 2020 y su crecimiento con respecto a 2019. Además, se presenta el total de importaciones de productos agrícolas ecuatorianos realizó Países Bajos en el mismo año.

Exportaciones agrícolas de Ecuador con el resto del mundo.

La Tabla 1 está compuesta por el valor de exportaciones ecuatorianas a 2020 en miles de dólares, la tasa de crecimiento anual entre 2016 a 2020 y la participación en las exportaciones mundiales de cada producto ecuatoriano:

Tabla 1

Exportaciones agrícolas de Ecuador hacia el Resto del mundo

<i>Descripción del producto agrícola</i>	<i>Valor 2020, en miles US\$</i>	<i>Tasa de crecimiento anual en valor entre 2016-2020, %, p.a.</i>	<i>Participación en las exportaciones mundiales, %</i>
<i>Todos los productos</i>	\$ 20,226,568.00	5%	0%
<i>Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías</i>	\$ 3,891,965.00	7%	3%
<i>Plantas vivas y productos de la floricultura</i>	\$ 845,741.00	1%	4%
<i>Cacao y sus preparaciones</i>	\$ 935,024.00	6%	2%
<i>Preparaciones de hortalizas, de frutas u otros frutos o demás partes de plantas</i>	\$ 238,588.00	0%	0%
<i>Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios</i>	\$ 225,030.00	14%	0%
<i>Cereales</i>	\$ 37,627.00	70%	0%
<i>Café, té, yerba mate y especias</i>	\$ 26,392.00	-10%	0%
<i>Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados</i>	\$ 73,593.00	8%	0%

Nota. Elaboración propia.

El total de productos exportados por Ecuador en términos monetarios asciende a \$ 20,226,568.00 para el año 2020. De la gama de productos agrícolas el que presenta mayor participación en términos monetarios es la categoría de “Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías”. Pese aquello, en términos porcentuales la tasa de crecimiento de esta categoría de productos agrícolas exportados es del 7% en el periodo de 2016 a 2020.

En estos términos los cereales, como producto exportable, en el mismo periodo (2016 a 2020) han experimentado un crecimiento del 70%. En segundo lugar, como muestra la Tabla 1, la categoría comprendida por “Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios” ha presentado un crecimiento del 14% en los últimos 5 años.

El caso contrario se nota en la categoría compuesta por “Café, té, yerba mate y especias” que su participación monetaria para 2020 fue de \$ 26,392.00 experimentando una caída del 10% en su nivel de exportaciones durante los últimos 5 años.

Sobre la participación de los productos agrícolas exportados al resto del mundo, las “Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrrios (cítricos), melones o sandías” ecuatorianos, representan el 3% de las exportaciones mundiales. De igual Ecuador aporta con el 4% de exportaciones mundiales de “Plantas vivas y productos de la floricultura”. También el “Cacao y sus preparaciones” que exporta el Ecuador representan el 2% de las exportaciones mundiales.

Importaciones de Países Bajos desde Ecuador.

En la Tabla 2 se muestran los distintos productos agrícolas que Países Bajos importó desde Ecuador en el año 2020 en miles de dólares. De igual forma la tasa de crecimiento anual de los últimos 5 años, así como la participación den las importaciones de Países Bajos y el porcentaje arancelario que representan.

Tabla 2

Importaciones de Países Bajos desde Ecuador en 2020

<i>Descripción del producto agrícola</i>	<i>Valor 2020, en miles US\$</i>	<i>Tasa de crecimiento anual en valor entre 2016-2020, %, p.a.</i>	<i>Participación en las importaciones de Países Bajos, %</i>	<i>Arancel equivalente ad valorem aplicado por Países Bajos</i>
<i>Todos los productos</i>	\$ 543,635.00	12%	0%	
<i>Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías</i>	\$ 125,744.00	34%	2%	2%
<i>Plantas vivas y productos de la floricultura</i>	\$ 112,232.00	10%	4%	0%
<i>Cacao y sus preparaciones</i>	\$ 90,378.00	2%	2%	0%
<i>Preparaciones de hortalizas, de frutas u otros frutos o demás partes de plantas</i>	\$ 20,482.00	-17%	1%	5%
<i>Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios</i>	\$ 3,319.00	31%	0%	6%
<i>Cereales</i>	\$ 470.00	44%	0%	3%
<i>Café, té, yerba mate y especias</i>	\$ 217.00	-51%	0%	0%
<i>Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados</i>	\$ 2.00	-77%	0%	0%

Nota. Elaboración propia.

Como muestra la Tabla 2, de 2016 a 2020 las importaciones desde Ecuador han crecido un 12%. Sus productos más representativos en términos monetarios son: la categoría de “Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías” con \$ 125,744.00 en 2020, seguido de las “Plantas vivas y productos de floricultura” con \$ 112,232.00; y el “cacao y sus preparaciones” con \$90,378.00 para el mismo año.

Sin embargo, si se evalúa en términos porcentuales su evolución, se puede determinar disyuntivas. En el caso de las “Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías” presentan un crecimiento del 34% en los últimos 5 años. Pero el primer puesto se lo llevan los Cereales, dado que la importación de Cereales Ecuatorianos por Países Bajos ha crecido en un 41%. De forma significativa también se muestra el crecimiento en el nivel de exportaciones de “Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios” de un 31% entre los años 2016 y 2020.

En cuanto a la participación de estas categorías de productos agrícolas ecuatorianos en las importaciones de Países Bajos, se muestra que el mayor porcentaje de participación corresponde a las “Plantas vivas y productos de la floricultura” con un 4%, en relación a esto se tiene un 0% de arancel equivalente Ad Valorem aplicado por Países Bajos.

Las “Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías” representan un 2 % de las importaciones de países bajos con un 2% de arancel equivalente Ad Valorem aplicado por Países Bajos. De las categorías de productos agrícolas que Países Bajos sanciona con aranceles es las “Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios” penalizadas con un 6% de arancel equivalente Ad Valorem y las “Preparaciones de hortalizas, de frutas u otros frutos o demás partes de plantas “con un arancel del 5%. Este últimos se ve fuertemente afectado ya que su crecimiento es negativo en los últimos 5 años con un -17% de tasa de crecimiento anual. Los Cereales, sienten el producto más importado por Países Bajos en los últimos 5 años, en la actualidad grava un 3% de arancel.

Análisis del sector Exportador y los centros de distribución.

En la recolección de información pertinente al trabajo investigativo se optó por el ejemplo del sector cafetalero. Este mercado está pasando por una de las peores crisis en los últimos años, llevamos ocho años de una caída libre de producción y de exportaciones, con una reducción de más del 75% y \$ 200 millones menos en divisas.

Sobre el nivel de producción, el director de ANECAFE menciona que en comparación al resto del mundo Según el reporte de la Organización Internacional del Café con sede en Londres el Ecuador no registra ni el uno

por ciento de exportaciones a nivel mundial. Esta apreciación está acorde a la participación ecuatoriana según la Tabla 1.

Bajo este escenario, se complica estimar el crecimiento de la demanda de café en el mercado internacional. La demanda de café en el mundo no crece igual que la producción mundial por eso los precios internacionales del café se han mantenido en los últimos tres años entre los niveles de \$100.00 y \$140.00 por cada 100 libras en la bolsa de café arábica de New York.

En la entrevista se mencionó que Ecuador exporta café en grano muy poco y de ese porcentaje, el nicho más grande de café variedad arábica es para Europa y EE. UU., de la variedad robusta se exporta a Colombia. Pero los cafés industrializados como los solubles se exportan a varios destinos como la Unión Europea, y Colombia a nivel Latinoamérica. Los principales países importadores de café ecuatoriano en Europa son Inglaterra y Alemania.

Bajo esta lógica, los mercados internacionales siempre están preparados a diversas adversidades tanto políticas como de la naturaleza. Por eso se crearon los mercados de futuros de los Commodities en el mundo como desde luego el café tiene sus propias bolsas.

Existen centros de distribución alrededor del mundo, conocidos como “Bodegas Certificadas” están autorizadas a almacenar los productos (en el caso de la entrevista, el café) que se negocian en el mundo y que están registrados bajo contratos amparados por las distintas Asociaciones de Cafés en las principales ciudades del mundo.

Sin embargo, es relativo el hecho de presentar un centro de distribución en un puerto de la comunidad europea puede ser una ventaja competitiva. En el caso del café ecuatoriano, no tiene suficiente producción de café no podría pagar los altos costos que demandaría una bodega de café ecuatoriano en ningún puerto del mundo. En el caso europeo, el puerto idóneo para almacenar productos es el Puerto de Rotterdam; y en este ejemplo, el café puede estar guardado hasta un año, aunque va perdiendo sus propiedades naturales como color y sabor que afecta negativamente el precio.

En este punto, es necesario cuestionar la importancia para Ecuador de implementar un centro de distribución internacional para la producción Agrícola. Lo principal será tener un centro en el exterior, por lo que definitivamente los costos se verían afectados. Como sugiere la

Representante de PROECUADOR, es importante al momento de disponer de cargamentos grandes, que se envía a bodega para que se sigan distribuyendo en los diferentes mercados en distintos volúmenes y con precios más competitivos al pagado inicialmente.

De esta forma se adquiere a un porcentaje considerable de compradores a los que le resulta más atractivo, que se cuenta con el producto y ya en Europa el intercambio se ve facilitado y de igual forma la compra por el consumidor final.

Pero uno de los problemas que dificultan el llevar a cabo estos proyectos es la asociatividad. Se debe tener en claro que se tiene que las empresas productoras ecuatorianas son pequeñas y por ende su producción, si se compara con la de Colombia y Perú. Entonces lo ideal es llegar a acuerdos o consensos, entre variedad de productores y productos.

El comercio bilateral, en el caso del café que importa Holanda del resto del mundo es amplio. Es un producto que viene a un mercado maduro aquí en Europa, que presenta alta demanda en supermercados de Holanda, generando un destino de la gran variedad de tipos de café y procesos productivos, además que la diversificación ha generado una reducción en precios, volviéndolo un producto importado, pero bastante accesible que inclusive que el precio en el país de origen.

Sin embargo, debido a la pandemia y a los constantes cierres cíclicos de los mercados internacionales por restricciones sanitarias en distintas partes del mundo, pues no todos los gobiernos han manejado con alta eficiencia la crisis por el Covid 19; se estima un proceso inflacionario próximo indicando que los precios se van a seguir disparando, afectando a los ingresos de los productores y a la logística de la cadena de suministros.

La comunidad académica, ante estos cambios de la economía mundial, entiende que la implementación de un centro de distribución podría dar a los productos ecuatorianos una ventaja competitiva al estar disponible en lugares cercanos a los países importadores; pero se deben manejar estrategias idóneas para aquello.

El docente Jack Chávez, representante de la UCGS da el siguiente ejemplo:

Si un productor o un grupo de productores exportan una cifra de \$1.000.000 mensualmente, significa que la producción tuvo que comenzar mucho antes. Va a tener momentos de producción, etapas del proceso, y en el momento que lo tiene listo se embarca.

Existe un tiempo de arribo y descarga del producto, pero en cada etapa de la cadena de producción y distribución se tienen documentos con los que se puede tener muchos beneficios y se pueden a veces negociar y les permite apalancar sus operaciones. Si el productor espera a que le paguen por su producción va a tener desventajas, entonces si debe existir una dinámica para tener una ventaja competitiva.

Tener una ventaja competitiva asegura flujo, optimiza cantidades y recursos, también los costos. Sin embargo, contar con estos centros de distribución internacionales sería muy complicado en estos tiempos si se implementa por un productor siendo la mejor opción realizarlo con una asociación de productores, ya que podrían tener un centro de distribución donde llegue la producción y tener un mayor control sobre el inventario del producto y la gestión del precio.

Capítulo IV: propuesta

Programa estratégico de comercio internacional entre Ecuador y Holanda: Caso ANECAFE S.A.

Definición del problema

Como se presentan en el capítulo anterior, el problema detectado en la presente investigación son los pocos incentivos que tiene el productor ecuatoriano para exportar. El caso más claro localizado es el café ecuatoriano, que ha visto disminuida su cantidad exportada, no necesariamente por su calidad sino por la falta de productividad en el cultivo lo cual hace que los costos de producción sean más altos que en otros países. De acuerdo a un informe del Servicio Agrícola Exterior del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos-USDA, en Ecuador se cosecharon únicamente 87.000 hectáreas en el periodo 2017-2018 a pesar que se cultivaron 200.000 hectáreas. De acuerdo a las estadísticas de ANECAFE, en el año 2019 se exportaron 12.554,47 sacos de 60 kilos de café arábigo y 11.749,72 sacos de 60 kilos de café robusta y hasta agosto de 2020 se han exportado 14.828,15 sacos de 60 kilos de estos dos tipos de café.

La propuesta de establecer centros de distribución internacional es una importante estrategia logística que agrega valor al producto ya que actúan como centros de conexión o redistribución para otros países, disminuyendo los tiempos de entrega a los clientes, mejorando la competitividad de los productos.

La competitividad de un país en un esfuerzo conjunto entre las acciones de los gobiernos, productores, exportadores, entre otros actores que intervienen. La crisis mundial de precios de los productos primarios y la pandemia covid-19 pusieron de relieve la importancia de la cooperación internacional entre el sector público y el privado para abordar los problemas inmediatos con que se enfrentan los participantes y crear un sector que sea inclusivo, resistente y sostenible.

Según el Perfect Daily Grind Español, el café ecuatoriano no se encuentra dentro de los más populares del mundo, como lo son el café colombiano y el brasileño, no por su falta de calidad sino porque sus cultivos

no abastecen la demanda internacional (Sanchez, Vayas, Mayorga, & Freire, 2020)

Objetivos de la propuesta

1. Determinar la situación de ANECAFE en el mercado entre Ecuador y Países Bajos en aspectos políticos, tecnológicos legales y ambientales.
2. Definir los beneficios económicos y sociales de un centro de distribución ecuatoriano en Países Bajos.
3. Estructurar el plan estratégico a implementar para una mejor relación comercial entre Países Bajos y Ecuador.

Análisis situacional PESTAL

El análisis PESTAL es un método de análisis útil para identificar las cuestiones clave en el estudio de un proyecto, en este caso un programa estratégico. A fin de cumplir el objetivo 1 y 2 de la propuesta, se abarca diferentes temas: político, económico, social, tecnológico, medioambiental y jurídico. Los cuales se desarrollan en breve de forma individual.

Análisis Político

El Estado ecuatoriano es un país multiétnico cuyo principal objetivo es el buen vivir de todos los ecuatorianos, y sobre esta base la correcta toma de decisiones en las zonas comerciales fronterizas debe ser una prioridad, por lo que cada vez que se elige un nuevo presidente, la atención a estas zonas fronterizas es esencial para las aspiraciones de cualquier mandatario.

La política de Ecuador está determinada por la actual Constitución, que también se refiere en sus cientos de artículos a la tarea de las zonas fronterizas del país, buscando los procedimientos adecuados sin violar las normas que se han establecido durante años.

En cuanto al aspecto político dentro de las fronteras, se refiere a la constante imposición de leyes para regular la circulación de mercancías, incluso el contrabando, una práctica que afecta a los intereses de una asociación de productores legalmente establecida para hacer su competencia honesta y sostenible.

La conclusión a la que llegan Quiñónez & Quiñónez (2019) es que la política de comercio exterior del “Buen Vivir” tuvo en su momento un buen manejo de los instrumentos de política comercial; además de los instrumentos, la política de comercio exterior incluye medidas que promueven la apertura comercial, como la eliminación de las restricciones a las importaciones y los controles a las exportaciones, ya que el gobierno del Ex Presidente Lenin Moreno buscaba convertir a Ecuador en una economía atractiva para la inversión de empresas nacionales y extranjeras, mejorar la producción nacional para aumentar las exportaciones y utilizar los instrumentos de política comercial para reducir las importaciones.

Análisis Económico

Al ser este programa propuesto un proyecto económico social, no se puede evaluar económicamente bajo simples indicadores de viabilidad y fiabilidad. En esta propuesta, el análisis económico parte de la situación del mercado internacional del café ecuatoriano y el caso de ANECAFE.

En este aspecto Cohen & Franco (1998) cita a Okum al mencionar que se puede lograr la igualdad de resultados en la evaluación de proyectos de carácter económico; él menciona que “al perseguir ese objetivo, la sociedad renunciaría a cualquier posibilidad de utilizar las recompensas materiales como incentivo para producir, lo que llevaría a nuevas eficiencias que irían en detrimento del bienestar de la mayoría”. A sabiendas de que un proyecto económico social busca la satisfacción de necesidades sociales como se plantea en el planteamiento de la propuesta, se toma de estos autores se adapta la siguiente matriz de incentivos:

Tabla 3

Matriz de incentivos económicos sociales

<i>Un.Recompensada</i>	<i>Interno</i>	<i>Externo</i>	
		Material	Moral
<i>Colectivo</i>	Contribución social al nudo de desarrollo endógeno de pequeños productores cafetaleros ecuatorianos	Las comunidades rurales generan desarrollo local incentivos a otras economías a establecer relaciones comerciales	Incremento de aceptación política
<i>Individual</i>	Incentivos a los productores a generar inversión agrícola Incremento de la FBKF agrícola.	Recuperación de las exportaciones netas de café ecuatoriano.	Revalorización de la marca ecuatoriana de Café de la mano de las asociaciones como ANECAFÉ.

Nota. Elaboración propia.

Fuente: adaptado de Cohen & Franco (1998)

Análisis social

El aspecto social debe ser tenido en cuenta si queremos crear una sociedad favorable a las normas y a las leyes, es decir, una sociedad que considere la legalidad de las acciones como prioritaria sobre el oportunismo y el interés personal de grupos particulares.

La sociedad ecuatoriana se caracteriza por el oportunismo y es aquí donde encontramos este límite, ya que la delincuencia es el punto más importante de pérdida indirecta para el Estado en términos de impuestos, por lo que existen varios métodos para cometer un delito, ya sea la violación de las normas, el fraude, el contrabando, o el acaparamiento de derechos.

Aunque el Estado, representado por sus instituciones, es la parte interesada, toda la población se beneficia de los proyectos sociales financiados por los impuestos. Dado que el bien social es un bien jurídico, las infracciones aduaneras protegen no sólo el bien jurídico personal, sino también el bien jurídico directamente relacionado con este bien (BBC, 2021).

Pues bien, en términos de economía internacional el beneficio social que se puede generar para la comunidad productora ecuatoriana es el hecho de que los pequeños agricultores pueden asociarse y beneficiarse del

programa para poder exportar sus productos. Si se analiza a profundidad la problemática del sector cafetalero puede verse desde la perspectiva de un NUDE.

En los núcleos de desarrollo endógeno o NUDE, sus protagonistas son en su mayoría pequeñas empresas vinculadas al capital local, pertenecientes a industrias tradicionales, sectores técnicos y sectores de servicios. Además, suelen estar vinculadas al capital local, pertenecientes a industrias tradicionales, sectores técnicos y sectores de servicios. En estos aspectos el sector cafetalero micro empresario necesitaría el control de las autoridades e instituciones locales (como asociaciones de productores) para garantizar la viabilidad de sus procesos empresariales.

Análisis tecnológico

Hay que tener en cuenta el aspecto tecnológico por la sencilla razón de que estamos en una sociedad cada vez más globalizada en la que las tendencias tecnológicas están a la cabeza, por lo que la tecnología se utiliza no sólo para la distribución de mercancías o para el contacto con los compradores o proveedores, es el principal incentivo para realizar una agenda internacional de ejecución de estrategias bilaterales de comercio ya que se los costos de transporte se reducirían al necesario ya que se aprovecharía la interconectividad generada por el internet permitiendo realizar cambios inmediatos en la programación y el protocolo de acción.

La tecnología tiene que formar parte de todos los procesos, incluso como herramienta para hacer un estudio de mercado adecuado que me permita obtener resultados y saber el programa se está ejecutando correctamente. La interconectividad antes mencionada acceder a más mercados, obtener un mayor reconocimiento y conseguir vínculos estratégicos para el cumplimiento de la agenda. El aspecto promocional y el cálculo de la demanda y la oferta exportable van de la mano de la tecnología, que, aunque no parezca fundamental, es imprescindible hoy en día.

La tecnología blockchain es una medida que propone la asociación ANECAFE aplicar, con el fin de que se garantice la plena trazabilidad de los productos y agrega la posibilidad de implementar las aplicaciones fintech para conectar a los miembros de la industria del café especial y acelerar el proceso de pago de los productos de café.

Análisis ambiental

El desarrollo sostenible y la protección y preservación del medio ambiente son objetivos fundamentales de la OMC. Están contenidos en el Acuerdo de Marrakech por el que se establece la OMC y complementan los objetivos de la OMC de reducir los obstáculos al comercio y eliminar el trato discriminatorio en las relaciones comerciales internacionales.

Aunque no existe un acuerdo específico sobre el medio ambiente, los miembros pueden adoptar medidas relacionadas con el comercio para proteger el medio ambiente en el marco de las normas de la OMC, siempre que se cumplan ciertas condiciones para evitar el abuso de dichas medidas con fines proteccionistas.

La OMC contribuye a la protección y preservación del medio ambiente a través de sus objetivos de apertura comercial, sus normas y mecanismos de aplicación, su trabajo en diversas instituciones y sus esfuerzos actuales en el marco del Programa de Desarrollo de Doha. El Programa de Doha incluye negociaciones específicas sobre comercio y medio ambiente y asigna una serie de tareas a las sesiones ordinarias del Comité de Comercio y Medio Ambiente (WTC, 2017).

Aunque la expansión comercial y el crecimiento económico no deterioran necesariamente el medio ambiente, no hay garantía de que no lo hagan. Como expresa (Esty, 2001) los aspectos medioambientales del crecimiento económico asociado al comercio internacional pueden considerarse en términos de escala, es decir, un aumento de la contaminación debido a la expansión de la actividad económica y un aumento del consumo debido al incremento del bienestar.

La Comisión Europea propone usar la huella ambiental para cuantificar y comunicar el desempeño ambiental de productos y organizaciones en el mercado europeo. Para ello, se consideran los impactos de la materia prima utilizada, su transformación a través de diversos procesos, los empaques, los puntos de venta, su uso y disposición final. Se incluye también el transporte de los materiales necesarios al interior de cada etapa y entre ellas. Los países latinoamericanos y caribeños avanzaron a distintas velocidades en el aprendizaje de la metodología y en la generación de datos locales. Las alianzas público- privadas permitieron a algunos países coordinar de mejor

manera esfuerzos locales para afrontar el tema. La generación de confianzas entre países fue también crucial. El traspaso de buenas prácticas se centró tanto en aspectos de sostenibilidad en los sistemas de producción, como en la generación y análisis de datos locales. La asociatividad entonces ha sido la forma de trabajo más provechosa, especialmente para hacer una puesta al día de aquellas instituciones con menos experiencia en los temas abordados (Olmos, 2020)

Análisis legal

Durante el Gobierno del Ex Presidente Rafael Correa Delgado, se implementó el Decreto N°25 donde establece los lineamientos esenciales para el desarrollo donde se tomó como referencia Que el número 5 del Artículo 261 de la Constitución de la República establece como competencia exclusiva del Estado central, entre otras, la que se ejerce sobre el comercio exterior;

Que el Artículo 304 de la Constitución de la República señala como parte de los objetivos de la política comercial, desarrollar los mercados internos, regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica en la economía mundial, fortalecer el aparato productivo nacional y contribuir a que se garantice la soberanía alimentaria, impulsar el comercio justo y evitar las prácticas monopólicas;

Que el Artículo 10 del Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas establece que la planificación nacional es responsabilidad y competencia del Gobierno Central y se ejerce a través del Plan Nacional de Desarrollo, para lo cual el Presidente de la República podrá disponer la forma en que la Función Ejecutiva se organiza institucional y territorialmente;

Que conforme al Artículo 71 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, el Comité de Comercio Exterior (COMEX) es un cuerpo colegiado integrado exclusivamente por miembros de la Función Ejecutiva;

Que el Artículo 17 de la Ley de Modernización del Estado, Privatizaciones y Prestación de Servicios Públicos por Parte de la Iniciativa Privada faculta al Presidente de la República a emitir disposiciones normativas de tipo administrativo en el ámbito del Gobierno Central, entre otras razones, para reorganizar y suprimir entidades públicas cuya naturaleza haya dejado

de ser prioritaria e indispensable para el desarrollo nacional o que no presten una atención eficiente y oportuna a las demandas de la sociedad;

Que, para un desempeño más eficiente de las competencias asignadas al referido Consejo, es necesario reestructurarlo, de manera que se articule con los objetivos nacionales y, así, que cumpla de mejor forma con las demandas de la sociedad; y,

En ejercicio de la facultad que le confieren los números 5 y 6 del Artículo 147 de la Constitución de la República, y las letras g) y h) del Artículo 11 del Estatuto del Régimen Jurídico y Administrativo de la Función Ejecutiva.

Es esencial actuar legalmente y respetar los estatutos establecidos por las más altas autoridades, desde las etapas del nacimiento de la asociación, que definen la misión y la visión que debe alcanzar, hasta la venta de sus productos en los distintos puntos de venta.

La legislación ecuatoriana, aunque a veces es incoherente en algunos aspectos, es clara para quienes buscan la legitimidad en todos los sentidos, por lo que su cumplimiento garantiza el buen funcionamiento de todo lo que la Asociación pretende hacer.

El nuevo decreto también publicado por la secretaria general de la presidencia, habla sobre las relaciones bilaterales internacionales, estimando que se cree un comité de reactivación público-privado, que trabaje de forma colaborativa para identificar las acciones prioritarias que el país necesita para hacer frente a la crisis económica causada por la pandemia (SGCP, 2021).

Este decreto también marca el inicio de la Estrategia Nacional de Competitividad - bajo la responsabilidad del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversión y Pesca - que pondrá en marcha el Consejo de Emprendimiento, Innovación y Competitividad para continuar la iniciativa de cooperación entre los sectores público, privado y académico (SGCP, 2021).

Costos y beneficios directos

Por lo general un contenedor puede transportar alrededor de unas 20 toneladas de café, el precio hoy en día del flete marítimo es incierto ya que está variando mucho por la pandemia que está ocurriendo en estos momentos. Dentro de los costos contemplados para el uso de centros de

almacenajes dentro de Rotterdam, se consideran los valores correspondientes a la planeación estratégica.

Tabla 4

Costos estimados

<i>Gastos de Almacenaje</i>	
<i>Contenedor de 20 pies</i>	\$ 237,67
<i>Contenedor de 40 pies</i>	\$ 303,03
<i>Recargo por peso pesado</i>	\$ 112,89
<i>Etiquetado</i>	\$ 1,13
<i>Almacenamiento</i>	\$ 2,97

Nota. Elaboración propia.

Se entiende que el valor por contenedor de 20 pies es de \$237.67 y el contenedor de 40 pies es de \$303.03 por contenedor si es en pallets.

Si es carga suelta, en contenedores de 20 pies es de \$303.03 y la de 40 pies es de \$356.50 por contenedor.

Se cobra un recargo por peso pesado (piezas superiores a 4 toneladas) de \$112.89 (si procede), de igual manera por etiqueta un valor de \$1.13, almacenamiento teniendo 7 días gratis \$2.97 por pallet al mes y por la entrada y salida de pallets al mes un costo de \$4.16.

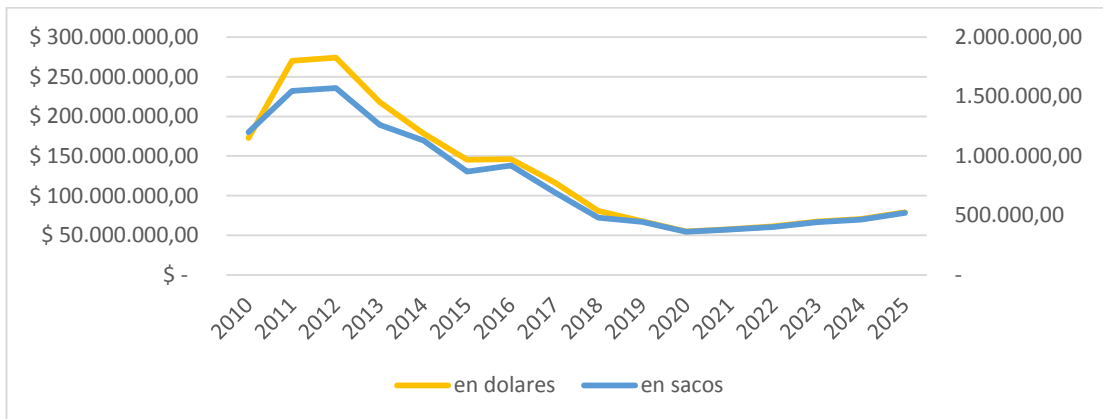
Todas estas tarifas incluyen dos horas gratuitas para la carga Si se superan las horas libres, se facturarán cargos extra por horas de espera por hora o parte de una hora, a razón de \$83.18 por hora.

Externalidades positivas

La externalidad positiva principal que se proyecta es el incremento de la producción de productos agrícolas como el café. Las estimaciones de la producción de Café exportada del Ecuador desde el 2010 que muestra ANECAFÉ en los últimos años se presenta una caída del 19% para 2020 en relación del 2019.

Gráfico 2

Evolución de la exportación de Café 2010 a 2025



Nota. Elaboración propia.

Fuente: tomado de (ANECAFÉ, 2021).

Se estima que se incremente el volumen en sacos de entre el 5% al 15% hasta el año 2025 en vista de ejecutarse la propuesta.

Consecuencias de la aplicación de las estrategias

Figura 3
escenario inicial del proyecto

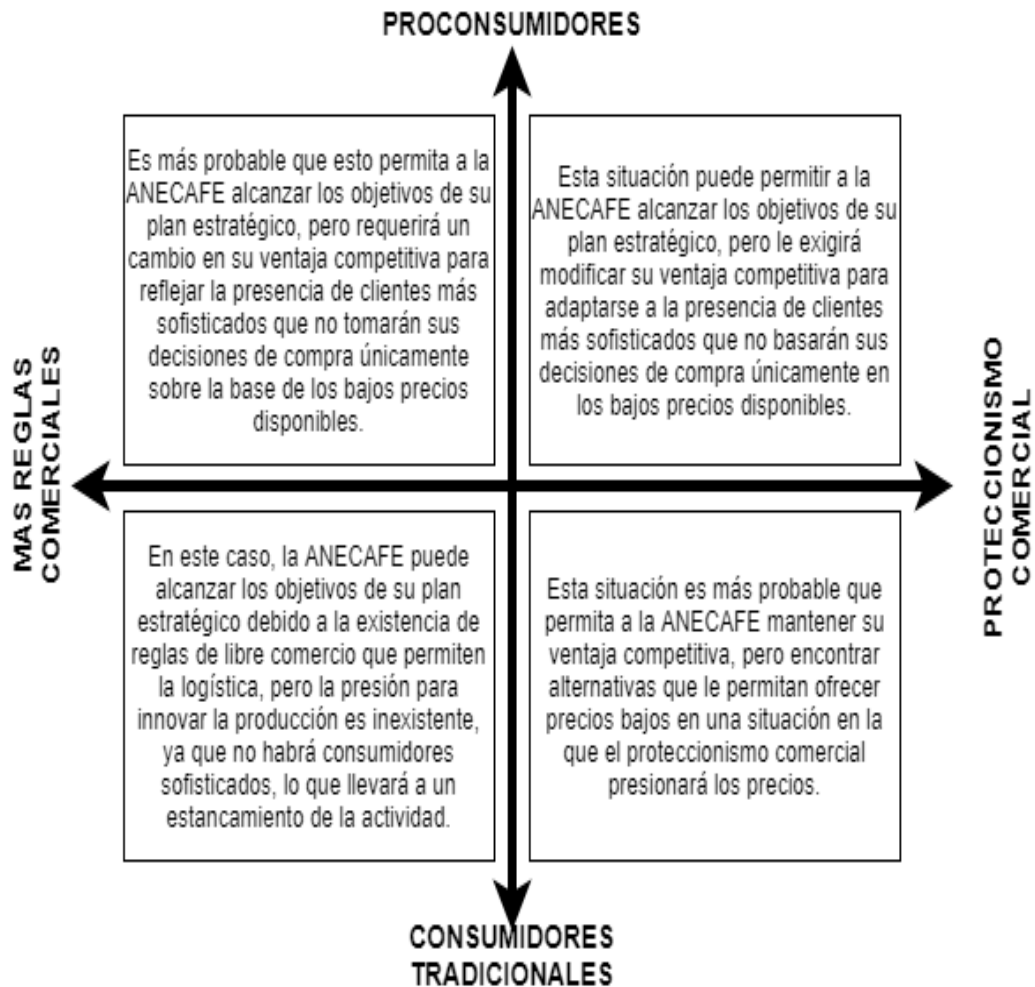


Nota. Elaboración propia.

Como se muestra en la Figura 3, existen al menos 4 perspectivas iniciales de la situación del comercio internacional de productos agrícolas ecuatorianos con Países Bajos. Estas perspectivas están regidas en 2 ejes que generan 4 dimensiones.

El eje de los consumidores muestra a 2 tipos: los consumidores tradicionales que afectan al comercio desincentivando la innovación, mientras que en la otra arista se encuentran los consumidores sofisticados que obstaculizan la innovación. El eje horizontal está por aplicaciones de política económica comercial liberal con libre entrada, frente al proteccionismo económico a los productos importados, en este caso por Países Bajos.

Figura 3
consecuencias de la aplicación del programa estratégico.



Nota. Elaboración propia.

En la Figura 4, se presentan las posibles consecuencias de la aplicación del programa estratégico propuesto. En un área más liberal se podrían alcanzar los objetivos de la propuesta, pero el modificador principal será la ventaja absoluta de ANECAFE frente a Países Bajos. Los escenarios extremos se encuentran en, sacrificar ventaja absoluta en pro de beneficiarse del precio, y el mantener su ventaja absoluta en la producción de café, pero enfrentarse al proteccionismo holandés.

Misión de la propuesta

Promover el crecimiento y el desarrollo sostenible del ecuatoriano a través del fortalecimiento de las relaciones comerciales con los países desarrollados como Holanda, mejorando la competitividad de los pequeños productores de Café ecuatoriano.

Plan estratégico

Los productores

Los pequeños productores informales de productos agrícolas son los mayores beneficiarios, tendrán una mayor producción por lo que se mejorará la productividad y competitividad de los sembríos, así podrán mejorar los precios porque producirán un mejor café para poder exportar al país destino y ocurrirá un incremento de demanda porque el producto estará cerca de los compradores.

El plan estratégico reside en organizar a estos productores en exportadores agroalimentarios. El reto es cómo organizar a estos productores como exportadores agroalimentarios, cooperativas o empresas sociales a través de las cuales canalizar la ayuda al desarrollo y la demanda del mercado.

Otro factor de gran importancia son las deficiencias que enfrentaron los pequeños agricultores de países productores de café, no solo en materia de producción y/o comercialización, sino también en términos de educación y empleo. La mayoría de los países productores de café son economías en vías de desarrollo, siendo el cultivo de café una fuente de empleo e ingreso para estos pequeños productores (Figuerola, Perez, & Godinez, 2019)

Diseño del proyecto

El diseño del proyecto es el proceso de articular las propuestas de trabajo sobre la base de directrices y procedimientos sistemáticos. Un buen diseño debe identificar a los beneficiarios y a los actores clave, establecer un diagnóstico de la situación problemática, identificar posibles estrategias para resolver el problema. Cada resolución interventora dentro del programa específico, adaptada y combinada según las necesidades del cliente.

Rutas comerciales

En la actualidad, el comercio internacional se caracteriza por el constante desarrollo de las telecomunicaciones y el transporte, como la mejora de la ruta por carretera y aérea, en las últimas décadas se han equilibrado las operaciones entre diferentes continentes. En los países en desarrollo, cuyas economías se basan principalmente en la exportación de materias primas, prestan gran atención al desarrollo de su infraestructura de transporte y comercio.

El transporte de mercancías se puede realizar por diferentes rutas, entre ellas la marítima destaca favorablemente sobre las demás, por ser la más apta para el transporte internacional. La vía aérea solo se utiliza a pequeña escala para pequeños volúmenes de bienes de alto valor. Tanto el transporte por ferrocarril como por carretera se utilizan principalmente exclusivamente a nivel nacional o continental.

Un buen entorno empresarial es un requisito previo para una economía competitiva que promueva la innovación. El programa aporta una perspectiva empresarial a los responsables políticos y a los reguladores a través del diálogo público-privado, especialmente para Países Bajos. El programa apoyará la aplicación de reformas políticas y normativas nacionales, acordes a las establecidas en acuerdos multilaterales, regionales y bilaterales, para mejorar la competitividad planteando la idea de una asociación entre los exportadores de café para así poder incrementar los volúmenes de embarque, obteniendo costos bajos y fletes más competitivos. Esto ayudará a los gobiernos y a las autoridades regionales a diseñar y aplicar estrategias de desarrollo del comercio y la inversión.

Estrategias para la aplicación de la propuesta

Establecimiento de nuevas alianzas

En la economía conectada, las asociaciones locales son al mismo tiempo globales, es por esto que el plan estratégico debe buscar complementarse con otras organizaciones para su fortalecimiento para poder aportar beneficios claros a los beneficiarios del mismo. Para de esta forma se pueda replicar estos conocimientos que ya existen en otras organizaciones.

Estas organizaciones pueden ser asociaciones a nivel mundial, regional y local, incluso con los organismos pertinentes de la ITC. Esto conlleva al mediano plazo a trabajar con redes comerciales entre Países Bajos y Ecuador donde se involucren actores del sector público y privado para influir en la elaboración de políticas arancelarias entorno a la exportación o importación de bienes agrícolas como el café, y así difundir el apoyo y crear conocimientos e influencia.

Fortalecimiento de la gestión de capital humano

La correcta gestión de resultados para el proyecto resultara en la transparencia necesaria para generar resultados más evidentes. La planificación de este proyecto y la mano de obra requerida en el mismo es esencial para identificar el talento y las habilidades necesarias para los proyectos que resulten consecuentes a este, manteniendo al mismo tiempo suficientes competencias básicas en las funciones técnicas y administrativas clave. Como parte de esta estrategia se debe plantear la gestión del conocimiento para captar mejor las lecciones aprendidas en todos los ámbitos del programa estratégico.

Conclusiones

- El presente trabajo busca proponer un plan estratégico para la implementación de un centro de distribución como mecanismo de ampliación para el comercio internacional ecuatoriano. A lo largo del mismo se da respuesta a las preguntas de investigación y a los objetivos planteados.
- Al analizar las bases teóricas y prácticas del comercio internacional para evaluar la ampliación del mismo, se optó por la explicación del modelo de ventaja absoluta y el precepto circadiano de la ventaja comparativa, así como el proteccionismo comercial a través de aranceles como lo aplica Países Bajos al café ecuatoriano.
- Así mismo se identificaron los mecanismos actuales que se ejecutan para la distribución de productos agrícolas. Por parte de Ecuador al exportar se busca el producto de mayor calidad para ser enviado a otros países, por esta razón el tener el producto en el país de destino o en países cercano de los clientes, reduce el tiempo de abastecimiento lo cual permite obtener mejores precios por los productos. Un tema importante es que se nota una tendencia de diversificación de los mercados, en los 20 últimos años aumentó el grupo de países que importó cantidades considerables de café.
- De esta forma se concluye que los parámetros a establecer con el fin de aplicar el plan estratégico con mecanismos para el trabajo de distribución internacional, debe repercutir principalmente en las rutas comerciales, las alianzas estratégicas público privadas y la capacitación primordial de su capital humano.

Recomendaciones

Al gobierno, facilitar la expansión de la cadena de valor para ampliar el grupo de agricultores, proporcionando incentivos en forma de ventajas tributarias, préstamos a largo plazo con interés competitivo que permita la modernización de las plantaciones de café, en general, políticas que apoyen atraer a la inversión local y extranjera.

Por este motivo se exhorta a la comunidad productiva y comercial a que se planteen replicas en otros países de la unión europea para determinar similitudes en otras economías o productos en relación a profundizar las condiciones de la ventaja comparativa.

Al gremio de productores de bienes agrícolas como se explica en la propuesta y en el análisis de resultados, es necesario que se encuentre unificado o representado a través de asociaciones de productores agrícolas según sea el producto, para poder tener mayor poder de negociación en las mesas de dialogo a diseñarse para poder establecer alianzas estratégicas.

Bibliografía

- Adelman, I. (2019). *Teorías del desarrollo Económico*. Madrid.
- ANECAFÉ. (2021). *Exportación de Café del Ecuador por calidad: años 1992 - 2020*.
- BBC. (01 de Febrero de 2021). <https://www.bbc.com/>. Obtenido de <https://www.bbc.com/>: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-55888230>
- Cevallos, A. (28 de octubre de 2019). *comercio y aduanas*. Obtenido de <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioryaduanas/que-es-comercio-internacional/>
- Cohen, E., & Franco, R. (1998). *Evaluacion de proyectos sociales*.
- Comité Municipal de Seguridad Alimentaria de La Paz y Fundaciones Alternativas. (2010). *Centros de acopio* (Issue 1). <https://alternativascc.org/wp-content/uploads/2018/05/Propuesta-Metropolitana-Centros-de-Acopio-2016.pdf>
- Cuevas, H. (2019). *El poder y el mercado en la economía internacional*. Madrid.
- Duarte, J. (2017). *Evolución de los modelos de Asociatividad Empresarial y de Economía Colaborativa en Colombia* [Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá Jenny]. <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/16086/Duarte-castañedaJennyRocio2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Esty, D. C. (2001). *Comercio internacional y medio ambiente*.
- Figuroa, E., Perez, F., & Godinez, L. (2019). *Los precios de café en la producción y las exportaciones a nivel mundial*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-53462019000100041
- Flacso. (Marzo de 2016). <https://www.flacso.edu.ec/>. Obtenido de <https://www.flacso.edu.ec/>: <https://www.flacso.edu.ec/portal/files/docs/fronteras7.pdf>
- Fong, C. (2017). *Las teorías de la ventaja competitiva*.

- https://www.researchgate.net/publication/317267799_Las_teorias_de_la_ventaja_competitiva
- Hernandez Sampieri, R. (2016). *Metodología de la investigación*. CDMX: McGraw Hill.
- Krugman, P., & Obstfeld, M. (2006). *Economía Internacional Teoría y Política* (A. Cañizal (ed.); Séptima).
- Mendoza, M., & Sánchez, G. (2017). Estudio de factibilidad para producir y exportar café en sobre para diluir hacia Alemania AUTORAS: [Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. In *Вестник Росздравнадзора*.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7425/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-293.pdf>
- Moreno, A. G. (2016). Labores culturales y recolección de los cultivos . En A. G. Moreno, *labores culturales y recolección de los cultivos ecológicos* (pág. 65). España : Paraninfo S.A.
- Nathaly Verdugo, V. A. (11 de 07 de 2018). *X-Pedientes económicos* . Obtenido de <https://ojs.supercias.gob.ec/index.php/X-pedientes_Economicos/article/view/43>.
- Olmos, X. (2020). *El comercio internacional como incentivo a la sostenibilidad*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45113/1/S1901163_es.pdf
- Ponce, J. (2018). *Comercio exterior: alternativas para Ecuador*. Madrid.
- Porter, M. (2007). *La Ventaja Competitiva de las Naciones*. <https://es.calameo.com/read/00472423715ecda3a215b>
- Pursell, S. (26 de enero de 2021). *Blog.huspot.es*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/canales-distribucion>
- Quiñónez, M. R., & Quiñónez, L. N. (2019). *Política de comercio exterior en Ecuador: Un análisis comparativo*.
- Quiroa, M. (2020). *Estudio de factibilidad*. <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>
- Restrepo, D. L. (2019). gestionar la complejidad de las operaciones . En D. L. Restrepo, *almacenes y centros de distribución* (pág. 39). Valencia, Barcelona: Marge Book.

- Retailers, C. (13 de mayo de 2021). *bolsalea* . Obtenido de <https://www.bolsalea.com/blog/2013/05/los-origenes-del-comercio>
- Rivadeneira, F. (2020). Para llegar al mercado Europeo la clave es la calidad. *lideres*, 1-3.
- Sanchez, A. M., Vayas, T., Mayorga, F., & Freire, C. (2020). *Sector cafetero ecuatoriano*. Obtenido de <https://blogs.cedia.org.ec/obest/wp-content/uploads/sites/7/2020/10/Analisis-del-sector-cafetero-ecuatoriano-final-tres.pdf>
- Sanchez, J. (2021). *Ventaja absoluta*.
<https://economipedia.com/definiciones/ventaja-absoluta.html>
- Santa Cruz, E. (24 de Enero de 2017). Fundamentos financieros: el valor actual neto (VAN). Lima, Perú.
- Sarmiento, A. E. (2017). distribución física. En A. E. Sarmiento, *canales de distribución logístico - comerciales* (pág. 23). Bogota - Medico : ediciones de la u .
- Secretaria Nacional de Planificación. (2017). *Secretaria Nacional de Planificación*. Obtenido de <https://www.planificacion.gob.ec/el-plan-nacional-de-desarrollo-se-alinea-a-la-agenda-2030-y-a-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- SGCP. (2021). *firma de decreto para aumentar la competitividad del país*.
- Silva, J. G. (2016). FAO. *Estado de los mercados de productos agrícolas* , 13. Obtenido de <http://www.fao.org/3/i5090s/i5090s.pdf>
- Smith, A. (2021). *La riqueza de las naciones*. México.
- Steinberg, F. (2019). *La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica*. México.
- Torre, A. d. (2016). *sector agropecuario, aspectos de comercialización y garantías de calidad* . ---: ----.
- VallejoProperties. (2020). *Centros de distribución (CEDIS): tipos, características y tendencias para el manejo estratégico de estos espacios*. <https://vallejoproperties.com.mx/centros-de-distribucion/#que>
- WTC. (Marzo de 2017). <https://www.wto.org/>. Obtenido de <https://www.wto.org/>:
https://www.wto.org/spanish/tratop_s/envir_s/envir_s.htm

Zona Logistica. (15 de enero de 2018). *zona logistica*. Obtenido de zona logistica: <https://zonalogistica.com/que-es-un-centro-de-distribucion/>

Apéndices

Apéndice A: Entrevista a Área Académica

Ec. Jack Chávez, Profesor de Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

1. ¿Qué importancia tendría la implementación de centros de distribución internacionales para la producción agrícola ecuatoriana?

Tener en el exterior, sobre todo para los productos que son, que pertenecen al 20 por ciento de las exportaciones de ecuatorianos, para tener un contexto súper claro del 100 por ciento de exportaciones ecuatorianas, el 80 por ciento tienen sectores puntuales como banano, cacao, flores, camarón y atún y estamos hablando que son sectores que te exportan en volúmenes grandes. Para el resto de sus productos es fundamental contar con bodegas en el exterior, porque si facilita el contacto con los clientes fáciles, reducen costos. Pero sí es fundamental que también tengan que las empresas antes de exportar tengan un plan de mercado bien definido y sepan si el producto que están enviando, para qué mercado va a ser. También tener súper claro que el centro de distribución lo van a usar como bodega. O que servicio adicional quieren del centro de distribución. ¿quiénes son los encargados de hacer las ventas? Porque también va a ser una pérdida de tiempo, si es que tenemos un centro de distribución que se encarga simplemente de tener los productos, pero no tengo esa persona que se encarga de hacer rotar los productos.

2. ¿Qué incidencia tienen los costos en la cadena de suministro actualmente?

Yo lo que entiendo ahí es los costos de producción para los agricultores. No sé si estamos hablando de lo mismo o es el costo de producción para el que procesa la materia prima. Pero en cualquiera de los dos casos, los costos de suministros, en el caso de los agricultores, tienen un problema en las dificultades que generalmente utilizan materiales, sean importados, sean elaborados por empresas grandes, sean y ese tipo de productos. Generalmente ellos tienen una dependencia sobre esos materiales que utilizan para su producción y esa dependencia. Como no hay una organización entre ellos, ellos compran al por menor. Cuando en principio las empresas

deberían comprar al por mayor. Entonces ahí si los agricultores. Si hablamos de costos y quisieran bajar sus costos, tendrían que en asociación comprar por lo menos el abono o comprar muchas cosas que necesitan los pesticidas y esas cosas, y no particularmente porque ahí siempre van a tener que repagar en minoreo en lugar de comprar al mayoreo-

3. ¿Qué aspectos considera usted que deben ser tomados en cuenta en la implementación de un centro de distribución internacional?

Yo pienso que lo importante en las materias primas es el manejo de los precios, la gestión de los precios. Tener los productos en un centro de distribución. Existe un costo escondido que puede ser muy letal para cualquier actividad productiva, para cualquier sector. La volatilidad de los precios. Entonces, si no existe una gestión del precio, digamos de ese centro de distribución, no les da un servicio que les permite cubrir los precios de futuro. Si no existe esa gestión, la van a tener que asumir quienes corren el riesgo de enviar el producto, que no saben cuándo se va a vender y que van a tener que asumir en ese período de tiempo lo que suceda con el precio habrá días buenos favorables. Porque ellos enviaron a un precio más bajo y se disparó el precio. Pero habrá días también que son catastróficos y se les puede llevar todo lo que ellos esperaban. Como resultado ganar en esa operación. Yo pienso puntualmente que debería ir en paralelo. Una buena gestión del precio.

4. ¿Usted conoce algún centro de distribución con el cual ya se esté manejando esta idea para así ampliar el comercio internacional ecuatoriano?

El mejor ejemplo es Bananera Noboa. ¿Qué hizo el Grupo Noboa? El Grupo Noboa se dio cuenta que exportando banano caían en las manos de los intermediarios, los bróker, etcétera. Y la distribución era directamente allá. ¿Qué hicieron ellos? Hicieron eso. Pero ahí es una empresa privada que tomó la iniciativa mediante algunos mecanismos que son viables, que ya probablemente más adelante hablamos. Ellos fueron primero en Alemania, pusieron su propio centro ahí y ellos eran los importadores de su mercadería y después la distribuían allá. Entonces ahí les da una ventaja. Yo pienso que es una de las razones del crecimiento de exponencial de Bananera Noboa por esa situación. Entonces ese es un buen ejemplo. Y ahí Bananera Noboa tuvo que contratar especialistas allá para el manejo de precios por la volatilidad

que le digo. Entonces tenía su flujo y de acuerdo con el flujo cuando había más demanda. ¿Qué es lo que hacía Bananera Noboa? Compraba a pequeños productores acá que no tenían salida. Entonces completaba con eso su producción, hacía su gestión de su optimización de cantidades y tiempos. Pero para la cuestión de precios tiene un equipo de personas que le maneja eso en el exterior

5. ¿La implementación de un centro de distribución podría darles a los productos ecuatorianos una ventaja competitiva al estar disponible en lugares cercanos a los países importadores?

Si, existe una ventaja que hay que saber manejarla y le pongo un ejemplo sencillo para que lo entienda, si un productor o un grupo de productores exporta digamos una cifra de \$1.000.000 mensualmente significa que la producción tuvo que comenzar mucho antes, va a tener momentos de producción, etapas del proceso, y en el momento que lo tiene listo lo embarca, ahora cuando lo embarca existe un tiempo de arribo y descarga del producto, pero en cada etapa se tiene documentos, como por ejemplo el documento de embarque, tomando la figura de ese documento en toda la cadena de producción se puede tener muchos beneficios y se pueden a veces negociar y les permite apalancar sus operaciones, porque si el productor espera a que le paguen por su producción va a tener desventajas entonces por lo que si debe existir una dinámica para tener una ventaja competitiva, en lugar de hacer un contrato de entrega de un millón de dólares, yo haría un contrato de 12 millones de dólares anual, pidiendo al cliente extranjero un crédito por cada embarque, se puede realizar un compromiso para así no tener toda la responsabilidad el productor sino también el cliente. Tener una ventaja competitiva asegura flujo, optimiza cantidades y recursos, también los costos. Sin embargo, contar con estos centros de distribución internacionales sería muy complicado en estos tiempos implementarlo un productor solo por lo que sería bueno realizarlo con una asociación de productores, ya que podrían tener un centro de fuente localmente para que en ese centro nacional puedan hacer llegar su mercancía y tener un mayor control sobre el inventario del producto y la gestión del precio

6. ¿Cree usted que el café sería un buen producto para estar en estos centros de distribución?

Yo creo que cualquier producto, porque cualquier producto agrícola de los que exporta Ecuador son productos de lo que se conoce en el mercado como los commodities son materias primas para otros un producto agrícola es materia prima para otros y están expuestos a lo que es la volatilidad de los precios. Entonces, si no le veo inconveniente, más bien es un buen ejemplo.

Apéndice B: Entrevista a Sector Cafetalero

Ing. Humberto Heredia, Director de ANECAFE.

1. ¿Cómo se encuentra el sector exportador de café actualmente?

El sector cafetalero nacional está pasando por una de las peores crisis en los últimos años, llevamos ocho años de una caída libre de producción y de exportaciones, con una reducción de más del 75% y \$ 200 millones menos en divisas.

2. ¿Cuál es el nivel de producción en el Ecuador en comparación a otros países?

Según el reporte de la Organización Internacional del Café con sede en Londres el Ecuador no registra ni el uno por ciento de exportaciones a nivel mundial.

3. ¿Cómo estima el crecimiento de la demanda de café en el mercado internacional?

La demanda de café en el mundo no crece igual que la producción mundial por eso los precios internacionales del café se han mantenido en los últimos tres años entre los niveles de \$100.00 y \$140.00 por cada 100 libras en la bolsa de café arábica de New York.

4. ¿Cuáles son los mercados que más demanda este producto?

Ecuador exporta café en grano muy poco y el nicho mayor de lo poco que se exporta de café variedad arábica es para Europa y EE. UU., de la variedad robusta se exporta a Colombia. Pero los cafés industrializados como son los solubles se exportan a varios destinos como la Unión Europea, Inglaterra, Alemania, Colombia, etc.

5. ¿Qué países europeos son los principales compradores de café ecuatoriano?

Inglaterra, Alemania,

6. Luego de la interrupción de las cadenas de suministros en el mundo, ¿Considera Usted que los importadores europeos están preocupados porque esto pudiera volver a suceder?

Lógicamente, los mercados internacionales siempre están atentos a que se den todo tipo de adversidades tanto políticas como de la naturaleza. Por eso se crearon los mercados de futuros de los Commodities en el mundo como desde luego el café tiene sus propias bolsas.

7. ¿Tienen centros de distribución que los ayude con las exportaciones a la Unión Europea?

Esos centros de distribución de café alrededor del mundo se llaman Bodegas Certificadas debidamente autorizadas a almacenar los cafés que se negocian en el mundo y que están registrados bajo contratos amparados por las distintas Asociaciones de Cafés en las principales ciudades del mundo. Un ejemplo, en EE. UU. la bolsa de café arábica de New York tiene bodegas certificadas en los Puertos de New York, Miami, New Orleans para citar algunas.

8. ¿Cree Usted que un centro de distribución en un puerto de la comunidad europea pudiera ser una ventaja competitiva para el café ecuatoriano? ¿Por qué?

Esta pregunta es relativa y muy amplia para responder. Solo podría ilustrar una respuesta de que un país como Ecuador que no tiene suficiente producción de café no podría pagar los altos costos que demandaría una bodega de café ecuatoriano en ningún puerto del mundo. Se trata de economía de escala en términos de economía.

9. ¿Cuál pudiera ser el puerto más idóneo para almacenar el producto en Europa?

Tal vez mi primera opción sería el puerto de Rotterdam

10. ¿Qué tiempo máximo pudiera estar el café en las bodegas europeas?

El café puede estar guardado hasta un año, pero después va perdiendo sus propiedades naturales como es el color, el sabor y eso hace que el precio también afecte negativamente.

Apéndice C: Entrevista a Sector Comercio Internacional

Lcda. Andrea Montoya, Trade & Investment Commissioner de PROECUADOR.

1. ¿Qué importancia tendría la implementación de centros de distribución internacionales para la producción agrícola ecuatoriana?

Tener en el exterior, sobre todo para los productos que son, que pertenecen al 20 por ciento de las exportaciones de ecuatorianos, para tener un contexto súper claro del 100 por ciento de exportaciones ecuatorianas, el 80 por ciento tienen sectores puntuales como banano, cacao, flores, camarón y atún y estamos hablando que son sectores que te exportan en volúmenes grandes. Para el resto de sus productos es fundamental contar con bodegas en el exterior, porque si facilita el contacto con los clientes fáciles, reducen costos. Pero sí es fundamental que también tengan que las empresas antes de exportar tengan un plan de mercado bien definido y sepan si el producto que están enviando, para qué mercado va a ser.

También tener súper claro que el centro de distribución lo van a usar como bodega. O que servicio adicional quieren del centro de distribución. ¿quiénes son los encargados de hacer las ventas? Porque también va a ser una pérdida de tiempo, si es que tenemos un centro de distribución que se encarga simplemente de tener los productos, pero no tengo esa persona que se encarga de hacer rotar los productos.

2. ¿Qué nivel de impacto tendrán los costos al contar con producto agrícola ecuatoriano ubicado en los centros de distribución internacional?

Definitivamente un tema de costos importantes al momento en que tú tienes un cargamento grande, estamos hablando de que envía un contenedor y aquí lo tienes en bodega para que se sigan distribuyendo los diferentes mercados en volúmenes obviamente menores y con precios un poco más competitivos que estar enviando tres cajas o un pallet cada tres semanas, definitivamente es un impacto interesante. No sabría decirte exactamente cuál sería el porcentaje todo eso tendríamos que verlo, pero yo sí creo que es un

porcentaje importante y definitivamente es mucho más atractivo cuando tú te reúnes con un comprador, decirle que tú cuentas con el producto y ya en Europa si facilita el intercambio y facilita la compra del producto.

3. ¿Qué dificultades usted cree que se nos presentaría al implementar este proyecto?

Uno de los problemas de la asociatividad, porque algo que debemos tener claro es que tenemos que unirnos porque somos pequeños. Nuestra producción es pequeña comparada a la producción de Colombia y Perú. Entonces lo ideal es si vamos a hacer esto con secos, y que yo ahí tenga diferentes productos, de diferentes sectores que se pueda y de hecho es una propuesta que en algún momento esta oficina comercial propuso, sobre todo para el tema de chocolate, que exista una sola persona que sea chocolates del Ecuador, que esté aquí, que sea la que da la cara. Pero tú tienes cuatro, cinco, seis, siete empresas atrás, que son las que van enviando los productos y van promoviendo.

4. ¿Usted conoce algún centro de distribución con el cual ya se esté manejando esta idea para así ampliar el comercio internacional ecuatoriano?

Con productos ecuatorianos hay una empresa de cacao que sólo trabajan también con su socio aquí europeo tienen grano orgánico aquí en Rotterdam donde tienen grano orgánico en Reino Unido. Entonces claro, lo que ellos tienen es que envían las toneladas y por medio de su representante buscan compradores. Entonces si hay ese modelo aunque no hay tantos. Hay un ejemplo súper interesante de una empresa peruana holandesa que se creó por medio de una asociación que ellos tienen aquí un centro de distribución, pero son del mismo centro y los mismos importadores son los exportadores. Entonces yo me exporto a mí misma, me ahorro todo el tema, todos los costos de intermediación, porque al final de cuentas yo misma me estoy comprando y tienen el centro de distribución que facilita el intercambio de productos. Entonces eso sí lo tiene. Y a Perú un poco a más a mayor escala. Pero nosotros como Ecuador, no.

5. ¿Cree usted que el café sería un buen producto para estar en estos centros de distribución?

En cuanto a café, es un producto que viene a un mercado maduro aquí en Europa, cuando tú vas a un supermercado, encuentras diferente. Aquí en Holanda la sección de los cafés es gigantesca, y tienes café de todos los colores, de todos los orígenes; café con cafeína o sin cafeína; biológico u orgánico, convencional o sea es impresionante la oferta de café que tenemos y los precios no son tan caros. Estoy hablando que yo hace dos años, la última vez que estuve en Ecuador, me fui a comprar un café ecuatoriano y un café no me acuerdo ni siquiera la marca estaba a 12 dólares, si no me equivoco los 500 gramos. Yo compro aquí 500 gramos de un café orgánico a 6 o 7 euros. Y yo generalmente consumo café ecuatoriano, origen ecuatoriano de una empresaria ecuatoriana holandesa que importa café de Manabí, Galapagos y otra región cerca de Loja.

6. Después de la pandemia, se ha demostrado problemas en la cadena de suministros, ¿Usted cree que sería interesante que los productos se encuentren en los mercados de destino?

Si sería muy interesante ya que con la pandemia que estamos viviendo no sabemos cuándo volverán a cerrar fronteras, en estos momentos Europa otra vez está pasando por una nueva ola de contagios por lo que nos encontramos en semáforo rojo, entonces si sería algo muy beneficioso que ya contemos con los productos aquí en los centros de distribución simplemente para ya distribuirlos porque durante esta pandemia los costos logísticos se han duplicado o triplicado en la mayoría de casos, de hecho se estima que pronto entraremos en una inflación que no lo habíamos vivido en varios años y los precios se van a seguir disparando, es más los supermercados van a duplicar los precios, no se les va a pagar más a los productores pero si a los supermercados pero todo es cuestión de la logística de los productos.



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Molina Tapia Valeria Stephanie**, con C.C: # **0920330008** autora del trabajo de titulación: **Centros de distribución internacional de productos agrícolas como mecanismo para ampliar el comercio internacional ecuatoriano**, previo a la obtención del título de INGENIERA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **15 de septiembre de 2021**

f. Valeria Molina Tapia

Nombre: **Molina Tapia Valeria Stephanie**

C.C: **0920330008**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Pinto Proaño Gabriela Stefanie**, con C.C: # **0950469403** autora del trabajo de titulación: **Centros de distribución internacional de productos agrícolas como mecanismo para ampliar el comercio internacional ecuatoriano**, previo a la obtención del título de LICENCIADA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 15 de **septiembre** de **2021**

f. _____

Nombre: **Pinto Proaño Gabriela Stefanie**

C.C: **0950469403**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Centros de distribución internacional de productos agrícolas como mecanismo para ampliar el comercio internacional ecuatoriano.		
AUTOR(ES)	Molina Tapia Valeria Stephanie, Pinto Proaño Gabriela Stefanie		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Santillán Pesantes, Jaime Antonio		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Empresariales		
CARRERA:	Comercio y Finanzas Internacionales		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	15/09/2021	No. DE PÁGINAS:	62
ÁREAS TEMÁTICAS:	COMERCIO EXTERIOR		
PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:	COMERCIO INTERNACIONAL, VIALIDAD, PRODUCTOS AGRÍCOLAS, INFRAESTRUCTURA, ESTRATEGIAS, INVESTIGACIÓN		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>Para expandir la exportación de productos agrícolas, Ecuador no cuenta con centros de distribución internacional, lo que nos restringe que nuestros productos ingresen rápidamente al mercado internacional; en la actualidad, la ausencia de este mecanismo les impide tener una mayor captación del mercado objetivo. El tema de estudio de este proyecto establece la importancia de la implementación de centros de distribución en distintos países extranjeros ayudando al desarrollo económico del país en el sector de producción, comercialización y distribución; los beneficios serían en gran medida para reducir los costos de distribución internacional a los pequeños y medianos productores ecuatorianos. El proyecto conlleva a la realización de una investigación con enfoque inductivo, tradicionalmente asociado a la investigación cuantitativa, para caracterizar una realidad particular estudiada con el objetivo de conocer la realidad del país en base a la distribución internacional de productos agrícolas como mecanismo para ampliar el comercio internacional, donde los resultados demuestran que los productos agrícolas tienen toda la viabilidad tanto administrativa como económica para ser exportados.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/>	SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-98 288 0812 +593-98 1655355	E-mail: vsmt_94@hotmail.com gaby_stefanie@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN	Nombre: Ing. Mónica Echeverría Bucheli, Mgs.		
	Teléfono: PBX: 043804600 o call center: 2222024, 2222025 ext. 5021, 5129		
	E-mail: monica.echeverria@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			